Manitoba

Éducation, Citoyenneté et Jeunesse

Bureau de l'éducation française
Téléphone : (204) 945-6916
Télécopieur : (204) 945-1625
Courriel : bef@merlin.mb.ca

Édifice Robert-Fletcher
1181, avenue Portage
Salle 509
Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3
CANADA

Évaluation
Télécopieur : (204) 948-3234

March 9, 2005

TO: Superintendents of French Immersion Schools
Divisional Coordinators
Principals of French Immersion Senior High Schools
Teachers of the Senior 4 *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication* Course
Educational Organizations

Dear Madam or Sir:

Subject: ***Test Material Package, Senior 4 Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication, January 2005***

On behalf of Manitoba Education, Citizenship and Youth, I am pleased to send you a test material package containing a copy of all documents related to the Senior 4 *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication* Standards Test that was administered in January 2005.

This package includes the following:

- *Guide d'administration;*
- *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite;*
- *Cahier de prise de notes, Compréhension orale;*
- *Cahier de l'élève, Compréhension orale;*
- *Cahier de l'élève, Compréhension écrite;*
- *Cahier de l'élève, Production écrite;*
- *Recueil de textes;*
- *Clé de correction, Compréhension orale;*
- *Clé de correction, Compréhension écrite;*
- *Clé de correction, Production écrite* (includes the *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*, **updated version, December 2004**);
- *Analyse de réponses d'élèves, Compréhension orale et Compréhension écrite;*
- *Analyse de textes d'élèves, Production écrite.*

These documents, with the exception of the *Recueil de textes*, are also available on the Department Web site at: www.edu.gov.mb.ca/ms4/eval/.

For further information regarding the above materials, please contact Robert Campbell at (204) 945-6263, or, toll free, at 1 800 282-8069, extension 6263.

Sincerely,

Jacqueline Gosselin

Jacqueline Gosselin
Director
Educational Support Services Branch

Enclosure

Manitoba

Éducation, Citoyenneté
et Jeunesse

Bureau de l'éducation française
Téléphone : (204) 945-6916
Télécopieur : (204) 945-1625
Courriel : bef@merlin.mb.ca

Édifice Robert-Fletcher
1181, avenue Portage
Salle 509
Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3
CANADA

Évaluation
Télécopieur : (204) 948-3234

Le 9 mars 2005

DESTINATAIRES : Directions générales des écoles d'immersion française
Coordonnatrices et coordonnateurs divisionnaires
Directions des écoles secondaires d'immersion française
Enseignantes et enseignants du cours de *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*, secondaire 4
Organismes éducatifs

Objet : ***Documents relatifs au test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication, secondaire 4, janvier 2005***

Madame, Monsieur,

Le ministère de l'Éducation, de la Citoyenneté et de la Jeunesse est heureux de vous faire parvenir une trousse contenant un exemplaire des documents relatifs au test basé sur les normes, *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*, secondaire 4 qui a été administré au mois de janvier 2005.

Dans cette trousse se trouvent les documents suivants :

- *Guide d'administration;*
- *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite;*
- *Cahier de prise de notes, Compréhension orale;*
- *Cahier de l'élève, Compréhension orale;*
- *Cahier de l'élève, Compréhension écrite;*
- *Cahier de l'élève, Production écrite;*
- *Recueil de textes;*
- *Clé de correction, Compréhension orale;*
- *Clé de correction, Compréhension écrite;*
- *Clé de correction, Production écrite* (comprend la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*, **version révisée, décembre 2004**);
- *Analyse de réponses d'élèves, Compréhension orale et Compréhension écrite;*
- *Analyse de textes d'élèves, Production écrite.*

Ces documents, à l'exception du *Recueil de textes*, sont également disponibles sur le site Web du Ministère à l'adresse suivante : www.edu.gov.mb.ca/ms4/eval/.

Pour plus amples renseignements quant aux documents ci-dessus, veuillez communiquer avec monsieur Robert Campbell en composant le (204) 945-6263 ou, sans frais, le 1 800 282-8069, poste 6263.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations distinguées.

La directrice des services
de soutien en éducation,

Jacqueline Gosselin

Pièce jointe

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion

40S : Langue et communication

Secondaire 4

Guide d'administration

Test officiel

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

ISBN : 0-7711-3388-X

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Table des matières

1.0 Introduction 1

2.0 Vue d'ensemble du test 2

3.0 Rôle de la direction de l'école 3

3.1 Avant le test 3
3.2 Pendant le test 3

4.0 Rôle de la personne administratrice 4

4.1 Avant le test 4
4.2 Pendant le test 4
4.3 Après la dernière séance de test 5

5.0 Politiques relatives à l'administration du test 6

5.1 Les candidats au test 6
5.2 Les présences 6
5.3 Les retards et les sorties de salle 6
5.4 Les absences 7

5.4.1 Absences des trois séances (tout le test) 7
5.4.2 Absences d'une ou de deux séances 7

5.5 La tricherie 8
5.6 Un document endommagé ou mal imprimé 8

6.0 Préparatifs du test 9

7.0 Modalités relatives à l'activité de prise de notes 10

7.1 Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* 10
7.2 Lignes directrices pour la prise de notes 10
7.3 Le vendredi 7 janvier 2005 11
7.4 Au début de la première séance de test 11
7.5 Après la première séance de test 11

8.0 Séances de test 12

9.0 Modalités d'envoi des documents au Ministère 17

9.1 Écoles de la ville de Winnipeg 17
9.2 Écoles à l'extérieur de la ville de Winnipeg 18

10.0 Modalités d'envoi des documents au site de correction 20

11.0 Documents à garder à l'école 20

12.0 Après la correction à l'échelle locale 21

13.0 Personnes-ressources du Ministère 21

Annexe 1 – Documents et matériel de test 23

Annexe 2 – Exemple d'une feuille de présence 24

Annexe 3 – Exemple d'un formulaire individualisé de données démographiques 25

Annexe 4 – Exemple d'un formulaire générique de données démographiques 26

Annexe 5 – Étapes à suivre pour remplir le formulaire générique de données démographiques 27

Annexe 6 – Règlements à respecter durant les séances de test 28

Annexe 7 – Codes désignés pour indiquer les changements au nombre d'élèves inscrits au test basé sur les normes 29

Annexe 8 – Exemple d'un connaissement 30

105-03239/

1.0 Introduction

Le *Guide d'administration* précise :

- le rôle de la direction de l'école;
- le rôle de l'enseignante ou de l'enseignant responsable de l'administration du test, ci-après désigné « personne administratrice »;
- les politiques relatives à l'administration du test;
- les modalités relatives à l'activité de prise de notes;
- les modalités d'administration du test;
- les modalités d'envoi des documents au Ministère et au site de correction.

Le présent document est destiné aux personnes administratrices. Les modalités d'administration qui s'y trouvent doivent être respectées afin d'assurer l'uniformité de l'administration des tests basés sur les normes.

Le guide doit être utilisé conjointement avec les documents suivants :

- les documents d'information liés à l'administration du test basé sur les normes de *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication,* secondaire 4;
- *Politiques et modalités pour les tests basés sur les normes : année scolaire 2004–2005.*

Ces documents se trouvent sur le site Web du Ministère à l'adresse suivante www.edu.gov.mb.ca/ms4/eval.

2.0 Vue d'ensemble du test

Le tableau suivant présente une vue d'ensemble du test de *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*, secondaire 4.

Jour	Composante	Durée	Activités de l'élève
le vendredi 7 janvier 2005	Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*		
Avant le test	Compréhension écrite (CÉ) Prise de notes	du 7 au 11 janvier 2005	• lire les textes du recueil • prendre des notes • rapporter le *Recueil de textes* et le *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* le mercredi 12 janvier 2005
Jour 1 le mercredi 12 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	15 minutes	• remplir le formulaire de données démographiques
	Compréhension orale (CO) Prise de notes et tâches d'évaluation	64 minutes (plus 10 minutes de temps suppl.)	• visionner un documentaire deux fois • prendre des notes pendant et après le premier et le second visionnement • faire les tâches après le second visionnement
Jour 2 le jeudi 13 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	10 minutes	• écouter une chanson et en relire les paroles • relire les autres textes indiqués dans son *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* • prendre connaissance d'une illustration et de deux affiches publicitaires • consulter son *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* • faire les tâches reliées aux textes, à l'illustration et aux affiches publicitaires
	Compréhension écrite (CÉ) Tâches d'évaluation	105 minutes (plus 15 minutes de temps suppl.)	
Jour 3 le vendredi 14 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	10 minutes	• choisir et organiser ses idées • rédiger, réviser et corriger son brouillon • transcrire sa version définitive dans son *Cahier de l'élève, Production écrite*
	Production écrite (PÉ) Tâche d'évaluation	180 minutes (plus 30 minutes de temps suppl.)	
	Tâches administratives	10 minutes	• répondre au questionnaire

3.0 Rôle de la direction de l'école

Rappel de confidentialité

Jusqu'à la fin de l'administration du test, la direction de l'école s'engage à ne divulguer aucun renseignement (item, contenu, concept ou modalité) concernant le test basé sur les normes. Elle reconnaît le caractère confidentiel du test et comprend que la confidentialité est indispensable à l'évaluation équitable des élèves de toute la province.

3.1 Avant le test

La direction de l'école doit :

- mettre à l'horaire de l'école les séances prévues pour le test et en informer la personne administratrice;
- **s'assurer que tous les documents de test ont été reçus**; (Vous recevrez les documents de test au plus tard le mercredi 15 décembre 2004. La *Liste de documents envoyés à l'école* sera annexée à la lettre de présentation qui accompagnera les documents.)

> Si le matériel de test est incomplet, prière de communiquer immédiatement avec Gisèle Côté, agente d'administration, au Bureau de l'éducation française, en composant le (204) 945-3935 ou, sans frais, le 1 800 282-8069, poste 3935.

- nommer une enseignante ou un enseignant comme personne administratrice;

  Remarque : Le Ministère recommande que cette personne soit l'enseignante ou l'enseignant du cours de français. Si d'autres membres du personnel enseignant participent à l'administration du test, la direction de l'école doit veiller à ce que les allées et venues dans la salle de test ne dérangent pas les élèves.

- **dès l'arrivée des documents**, remettre **le disque DVD** et **le disque compact** à la personne administratrice afin qu'elle en vérifie le fonctionnement, et les reprendre au plus tard une heure après la fin des classes;
- s'assurer que la personne administratrice dispose de l'équipement nécessaire pour visionner le DVD et écouter le CD (voir l'annexe 1);
- réserver un lieu sûr afin d'entreposer **sous clé** les documents de test entre les séances. La direction de l'école est responsable de ces documents et les remet **seulement** à la personne administratrice **aux moments précisés** dans ce guide (voir l'annexe 1).

3.2 Pendant le test

La direction de l'école doit :

- réduire au minimum la diffusion de messages par intercom de manière à minimiser les distractions;
- veiller à ce que personne n'ait accès aux documents de test entre les séances;
- remplir le *Questionnaire pour la direction de l'école*.

L'information obtenue à partir du questionnaire permettra au Ministère d'améliorer le processus d'administration. Ce questionnaire doit être retourné au Ministère avec les autres documents le vendredi 14 janvier 2005.

4.0 Rôle de la personne administratrice

Rappel de confidentialité

Jusqu'à la fin de l'administration du test, la personne administratrice s'engage à ne divulguer aucun renseignement (item, contenu, concept ou modalité) concernant le test basé sur les normes. Elle reconnaît le caractère confidentiel du test et comprend que la confidentialité est indispensable à l'évaluation équitable des élèves de toute la province.

4.1 Avant le test

La personne administratrice doit :

- vérifier avec la direction que toutes les séances prévues pour le test ont été mises à l'horaire de l'école et qu'une salle a été désignée pour l'administration du test;
- lire le *Guide d'administration* en entier;
- fournir aux élèves les renseignements concernant le test : jour, heure, durée de chaque séance;
- consulter l'annexe 1 et renseigner les élèves sur ce qu'ils doivent apporter aux séances;

- informer les élèves des modalités relatives à l'activité de prise de notes (voir la **section 7.0**);
- voir aux préparatifs du test comme le précise la **section 6.0**;

- distribuer le *Recueil de textes* et le *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* aux élèves le vendredi 7 janvier 2005;
- communiquer avec Gisèle Côté en composant le (204) 945-3935 ou, sans frais, le 1 800 282-8069, poste 3935, pour toute question relative à l'administration du test.

4.2 Pendant le test

La personne administratrice doit :

- demeurer dans la salle de test pour la durée de chacune des séances;
- s'assurer que tous les documents fournis par le Ministère sont entreposés **sous clé** après chaque séance;
- s'assurer que les élèves ont toujours le même numéro d'identification sur leurs cahiers;
- **respecter les politiques et les modalités relatives à l'administration**;
- remplir le *Rapport d'administration*;

- après la première séance de test, vérifier les exemplaires du *Recueil de textes* et du *Cahier de prises de notes, Compréhension écrite* des élèves;
- faire parvenir au Ministère, **le mercredi 12 janvier 2005 et le jeudi 13 janvier 2005** (voir la section 9.1, pour les écoles de la ville de Winnipeg, ou la section 9.2, pour les écoles à l'extérieur de la ville de Winnipeg), les cahiers demandés en prévision de la formation des personnes coordonnatrices de la correction à l'échelle locale;
- circuler régulièrement dans la salle de test pendant la séance de Production écrite afin de s'assurer que l'élève utilise strictement les documents fournis ou permis.

4.3 Après la dernière séance de test

La personne administratrice doit :

- signer le *Rapport d'administration*;
- remplir le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français*;
- obtenir de la direction de l'école le *Questionnaire pour la direction de l'école*;
- faire parvenir les documents demandés par le Ministère immédiatement après la dernière séance de test, **le vendredi 14 janvier 2005** (voir la section 9.1, pour les écoles de la ville de Winnipeg, ou la section 9.2, pour les écoles à l'extérieur de la ville de Winnipeg);
- faire parvenir tous les documents listés à la **section 10.0** au site de correction locale immédiatement après la dernière séance de test **le vendredi 14 janvier 2005**, s'il y a lieu.

Remarque : Pour toute question relative à la correction locale, veuillez communiquer avec la personne coordonnatrice responsable de la correction locale au sein de votre division.

5.0 Politiques relatives à l'administration du test

5.1 Les candidats au test

Les élèves inscrits au programme scolaire d'immersion française et qui, au premier semestre, sont inscrits au cours de *Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*, secondaire 4, doivent passer le test en janvier 2005, à l'exception de ceux qui en sont exemptés.

5.2 Les présences

La personne administratrice doit noter la présence de chaque élève en cochant la case appropriée sur la feuille de présence fournie par le Ministère (voir l'annexe 2).

Remarque : Se conformer à la politique de l'école ou de la division scolaire concernant les élèves qui terminent le test avant l'heure prévue.

5.3 Les retards et les sorties de salle

Si un élève est en retard ou doit quitter la salle au moment de l'administration du test basé sur les normes ou ne peut pas terminer le test, la personne administratrice doit intervenir selon les directives figurant au tableau ci-dessous.

Jour	*Séance*	*Retards*	*Sorties de salle*
Jour 1 le mercredi 12 janvier 2005	Compréhension orale (prise de notes et tâches d'évaluation)	L'élève qui arrive après que le disque DVD a été mis en marche ne sera pas admis à la séance et sera considéré comme **absent**.	Puisque la séance est dirigée du début à la fin, l'élève qui doit quitter la salle ne pourra pas la réintégrer et sera considéré comme **absent**.
Jour 2 le jeudi 13 janvier 2005	Compréhension écrite (tâches d'évaluation)	L'élève qui se présente **pendant la première moitié** de la séance sera autorisé à passer cette partie du test. La personne administratrice pourra lui accorder une période de temps supplémentaire correspondant au retard. L'élève qui se présente **après la première moitié** sera considéré comme **absent**.	Les règlements de l'école devraient s'appliquer.
Jour 3 le vendredi 14 janvier 2005	Production écrite (tâche d'évaluation)	L'élève retardataire sera autorisé à participer à la séance. La personne administratrice pourra lui accorder une période de temps supplémentaire correspondant au retard.	

5.4 Les absences

Il n'y a aucune séance de reprise pour les élèves absents.

5.4.1 Absences des trois séances (tout le test)

Si un élève est absent de tout le test, c'est-à-dire s'il est absent de la séance du Jour 1 (12 janvier 2005), du Jour 2 (13 janvier 2005) **et** du Jour 3 (14 janvier 2005), la personne administratrice doit se reporter à la liste des codes désignés (voir l'annexe 7) afin de choisir celui qui convient le mieux pour expliquer l'absence de élève. La personne administratrice doit inscrire ce code sur le formulaire individualisé de données démographiques.

Il existe trois catégories principales de codes désignés pour indiquer les changements au nombre d'élèves inscrits au test basé sur les normes. **Les descriptions ci-dessous expliquent les conséquences de l'attribution des codes pour chacune des catégories.**

Catégorie A : *Indiquer « aucune note » pour le test basé sur les normes avec la note du cours*

Si la raison pour laquelle un élève n'a pas passé le test figure dans cette catégorie de codes, la personne administratrice doit inscrire « aucune note » au test basé sur les normes sur le bulletin scolaire de l'élève et lui attribuer une note finale pour le cours. (La note du cours est déterminée à 100 % par l'école.)

Catégorie B : *Indiquer une note de 0 % pour le test basé sur les normes avec la note finale du cours*

Si la raison pour laquelle un élève ne passe pas le test figure dans cette catégorie de codes, la personne administratrice doit inscrire une note de 0 % au test basé sur les normes. La note de 0 % au test basé sur les normes et la note finale au cours doivent toutes les deux être inscrites sur le bulletin de l'élève. Veuillez noter que le Ministère n'inclut pas ces résultats dans les divers rapports qu'il prépare.

Catégorie C : *Ne pas indiquer de note pour le test basé sur les normes*

Si la raison pour laquelle un élève ne passe pas le test figure dans cette catégorie de codes, l'obligation de passer le test ne s'applique pas pour cet élève.

5.4.2 Absences d'une ou de deux séances

Si un élève est absent d'une ou de deux séances de test, la personne administratrice doit inscrire « A » sur la feuille de présence et « Absent » sur le *Cahier de l'élève* du domaine en question. N'ayant pas pu passer le test dans son ensemble, l'élève est considéré comme absent au test basé sur les normes. La note de l'élève lui sera accordée selon la politique de l'école ou de la division scolaire concernant les élèves absents aux examens finaux. L'école doit préciser sur le bulletin de l'élève que la note reflète la pratique d'évaluation de l'école. (La note du cours est déterminée à 100 % par l'école.)

5.5 La tricherie

Il incombe à la personne administratrice d'assurer les conditions nécessaires pour décourager la tricherie. **Si elle se rend compte qu'un élève triche, la personne administratrice doit noter le numéro de cahier de l'élève dans le *Rapport d'administration* dans la section du domaine en question et décrire l'incident. L'élève recevra une note de 0 % pour ce domaine.** La personne coordonnatrice responsable de la correction à l'échelle locale vérifiera tous les rapports d'administration et sera responsable de noircir le cercle correspondant à zéro pour chacune des tâches du domaine où il y a eu tricherie.

Le Ministère recommande à la personne administratrice de mettre de côté le *Recueil de textes* ou le *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* de l'élève qui aurait rédigé un texte complet ou partiel ou même un paragraphe dans le but d'alimenter son texte argumentatif, afin de pouvoir fournir les pièces justificatives s'il y a lieu.

5.6 Un document endommagé ou mal imprimé

Si, **après avoir commencé le test**, un élève constate que son document est endommagé ou mal imprimé, la personne administratrice doit lui remettre un nouveau document après en avoir rayé le numéro sur la page couverture et y avoir inscrit le numéro de cahier de l'élève. L'élève garde les deux documents et continue le test dans le nouveau, ce qui lui permet d'avoir accès au travail qu'il aurait fait dans le premier.

La personne administratrice écrit « ENDOMMAGÉ » sur tout document endommagé ou « MAL IMPRIMÉ » sur tout document mal imprimé et les remet au Ministère, à l'exception des exemplaires utilisés par les élèves. De plus, elle fait état de tout document endommagé ou mal imprimé dans le *Rapport d'administration*.

6.0 Préparatifs du test

Afin d'assurer le bon déroulement du test, la personne administratrice doit :

- lire le *Guide d'administration* en entier avant le mercredi 15 décembre 2004;
- **dès l'arrivée des documents**, obtenir **le disque DVD** et **le disque compact** de la direction de l'école, en vérifier le fonctionnement au moyen de l'équipement de l'école et les remettre à la direction;

  Remarque : Si le disque DVD ou le disque compact est défectueux, veuillez communiquer avec Gisèle Côté **avant le vendredi 17 décembre 2004** en composant le (204) 945-3935 ou, sans frais, le 1 800 282-8069, poste 3935.

- obtenir de la direction de l'école :
  - la liste des élèves inscrits au test,
  - les feuilles de présence;
- prendre la liste des élèves et inscrire en caractères d'imprimerie sur les feuilles de présence le nom de tous les élèves qui passeront le test à côté d'un numéro de cahier (ne pas inscrire le nom des élèves qui ont été exemptés). S'il y a plus d'une classe qui passe le test, les personnes administratrices doivent se répartir les feuilles de présence. Il se peut que deux personnes administratrices aient à se partager une feuille de présence qui comporte déjà des numéros de cahiers d'élèves. Dans ce cas, prière de photocopier la feuille et de rayer les numéros de cahier qui ne s'appliquent pas.

7.0 Modalités relatives à l'activité de prise de notes

La personne administratrice doit informer les élèves des modalités suivantes relatives à la remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* ainsi que des lignes directrices quant à l'activité de prise de notes.

7.1 Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*

La personne administratrice distribuera les exemplaires du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* le vendredi 7 janvier 2005. Si l'élève est absent pour cause de maladie ou d'autre raison le vendredi 7 janvier, la personne administratrice doit respecter la politique de l'école concernant la remise de devoirs aux élèves absents.

Avant de quitter l'école avec son *Recueil de textes* et son *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*, l'élève doit s'assurer que ses cahiers ne sont pas endommagés ou mal imprimés et que toutes les pages s'y trouvent. Le cas échéant, la personne administratrice doit lui remettre un autre exemplaire du cahier.

Les élèves **doivent** rapporter leur *Recueil de textes* et leur *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* pour la première séance de test du mercredi 12 janvier 2005. À partir de cette première séance, les cahiers de test **doivent** demeurer dans la salle de test. Si un élève oublie de rapporter ses cahiers le mercredi 12 janvier, la personne administratrice **n'a pas** à lui remettre de copie supplémentaire. Si l'élève oublie de rapporter ses cahiers le jeudi 13 janvier 2005, la personne administratrice doit lui remettre une copie supplémentaire des deux cahiers. L'élève doit toutefois rapporter ses cahiers le vendredi 14 janvier 2005 et peut consulter les deux copies des cahiers pour la séance de Production écrite.

7.2 Lignes directrices pour la prise de notes

La personne administratrice doit informer les élèves des points suivants.

- L'élève aura le recueil en main du 7 au 11 janvier, ayant ainsi le temps de lire les textes et faire sa prise de notes **avant** l'administration du test.
- Il n'y a pas de séance de prise de notes, Compréhension écrite à l'horaire du test.
- La prise de notes est la responsabilité de l'élève et doit être faite **à l'extérieur des heures de classes**.
- L'élève devrait se servir du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* afin de retenir l'essentiel des textes du recueil.
- Dans le *Recueil de textes*, l'élève peut souligner, surligner, encercler, annoter, relever les idées principales de chaque paragraphe ou noter quelques définitions.
- **L'élève n'a pas le droit de rédiger un texte complet ou partiel ou même un paragraphe dans le but d'alimenter son texte argumentatif**.
- La personne administratrice vérifiera les recueils et les cahiers de prise de notes, afin de voir ce que l'élève y a inscrit.
- Dans le cas où l'élève rédigerait un texte complet ou partiel ou même un paragraphe dans le but d'alimenter son texte argumentatif, **l'élève reçoit la note zéro pour le domaine de la Production écrite**.

7.3 Le vendredi 7 janvier 2005

Dans le cadre du cours de français ou selon la méthode déterminée par l'école, la personne administratrice doit :

- remettre un exemplaire du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* aux élèves;
- demander à l'élève de vérifier si ses cahiers sont complets;
- **rappeler aux élèves qu'ils n'ont pas le droit de rédiger un texte complet ou partiel ou même un paragraphe ni dans le recueil, ni dans le cahier dans le but d'alimenter leur texte argumentatif; le cas échéant, ils recevront la note zéro pour le domaine de la Production écrite;**
- veiller à ce que le numéro d'identification indiqué sur les cahiers corresponde au numéro de cahier qui a été assigné à l'élève sur la feuille de présence;
- indiquer sur la feuille de présence que l'élève a reçu son *Recueil de textes* et son *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* en cochant la case appropriée sur la feuille de présence au fur et à mesure que les cahiers sont distribués.

7.4 Au début de la première séance de test

Le mercredi 12 janvier 2005, au début de la première séance de test, la personne administratrice doit :

- noter quels élèves ont rapporté leur *Recueil de textes* et leur *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* en cochant la case appropriée sur la feuille de présence;
- prévenir, s'il y a lieu, les élèves ayant oublié leurs cahiers de les rapporter le jeudi.

7.5 Après la première séance de test

Le mercredi 12 janvier 2005, après la première séance de test, la personne administratrice doit vérifier les exemplaires du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* afin de voir ce que les élèves y ont inscrit.

Dans le cas où l'élève rédigerait un texte complet ou partiel ou même un paragraphe dans le but d'alimenter son texte argumentatif, la personne administratrice doit :

- noter le numéro de cahier de l'élève dans le *Rapport d'administration* dans la section du domaine en question et décrire l'incident;
- informer l'élève qu'il recevra la note zéro pour le domaine de la Production écrite;
- **après la séance du Jour 2**, mettre de côté le *Recueil de textes* ou le *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* de l'élève afin de pouvoir fournir les pièces justificatives s'il y a lieu.

8.0 Séances de test

Jour	Date	Composante	Durée
1	le mercredi 12 janvier 2005	Tâches administratives	15 minutes
		Compréhension orale (CO) (prise de notes et tâches d'évaluation)	64 min plus 10 min de temps suppl.
2	le jeudi 13 janvier 2005	Compréhension écrite (CÉ) (tâches d'évaluation)	105 min plus 15 min de temps suppl.
3	le vendredi 14 janvier 2005	Production écrite (PÉ) (tâche d'évaluation)	180 min plus 30 min de temps suppl.

Jour 1	Jour 2	Jour 3
CO (✓)	CÉ (✓)	PÉ (✓)

Les boîtes grisées indiquent que l'étape ne s'applique pas à la séance en question.

Préparatifs
Afin d'assurer le bon déroulement de la séance, la personne administratrice doit obtenir de la direction de l'école les documents et le matériel suivants :
• les feuilles de présence;
• le *Rapport d'administration*;
• l'enveloppe contenant les formulaires de données démographiques (individualisés et génériques) et les feuilles intitulées *Étapes à suivre pour remplir le formulaire générique de données démographiques*;
• les formulaires de données démographiques pour les élèves qui étaient absents jusqu'à présent;
• les feuilles intitulées *Règlements à respecter durant les séances de test*;
• le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français*;
• les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale*;
• les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension orale*;
• le disque DVD;
• le disque compact;
• les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*;
• les exemplaires du *Recueil de textes*;
• les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite*;
• les exemplaires du *Cahier de l'élève, Production écrite*;
• les feuilles de papier brouillon;
• les feuilles de papier supplémentaires;
• les questionnaires pour les élèves;
• l'enveloppe identifiée « Cahiers demandés en prévision de la formation des personnes coordonnatrices »;

Jour 1 CO (✓)	Jour 2 CÉ (✓)	Jour 3 PÉ (✓)	**Les boîtes grisées indiquent que l'étape ne s'applique pas à la séance en question.**
			• le téléviseur et le lecteur DVD;
			• le lecteur de disques compacts.
			Avant l'arrivée des élèves, la personne administratrice doit s'assurer : – du fonctionnement des appareils électroniques;
			– que le disque DVD est prêt à jouer; Remarque : Vous devez faire jouer la **version intégrale** du disque DVD et non la version indexée.
			– que le disque compact est prêt à jouer.
Modalités d'administration			
			Au début de la séance, la personne administratrice doit : – noter quels élèves ont rapporté leur *Recueil de textes* et leur *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* en cochant la case appropriée sur la feuille de présence;
			– prévenir, s'il y a lieu, les élèves ayant oublié leurs cahiers de les rapporter le jeudi;
			– ramasser les exemplaires du *Recueil de textes*;
			– lire **à haute voix** les *Règlements à respecter durant les séances de test* (voir l'annexe 6);
			– rappeler aux élèves la durée de la séance;
			– **demander aux élèves de ne pas ouvrir leurs cahiers avant d'en avoir reçu le signal**;
			– distribuer les exemplaires **en veillant à ce que le numéro d'identification indiqué sur les cahiers corresponde au numéro de cahier qui a été assigné à l'élève sur la feuille de présence** (voir l'annexe 1);
			– distribuer, s'il y a lieu, une copie non numérotée du *Recueil de textes* ou du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* aux élèves ayant oublié leurs exemplaires et y inscrire le numéro d'identification de l'élève;
			– indiquer aux élèves que le numéro d'identification doit être le même sur tout document qu'ils recevront, car c'est le seul moyen d'identifier leur travail;
			– noter la présence des élèves en cochant la case appropriée sur la feuille de présence au fur et à mesure que les cahiers sont distribués;
			– inscrire « A » sur la feuille de présence pour tout élève absent et inscrire « Absent » sur son *Cahier de l'élève*;

Jour 1 CO (✓)	Jour 2 CÉ (✓)	Jour 3 PÉ (✓)	**Les boîtes grisées indiquent que l'étape ne s'applique pas à la séance en question.**
			– distribuer les formulaires individualisés de données démographiques (voir l'annexe 3). Si un élève n'a pas de formulaire individualisé, lui remettre un formulaire générique (voir l'annexe 4) ainsi qu'une copie de la feuille intitulée *Étapes à suivre pour remplir le formulaire générique de données démographiques* (voir l'annexe 5); Remarque : Si un élève est absent de la première séance et qu'un **formulaire individualisé** lui est réservé, la personne administratrice doit garder ce formulaire et le lui remettre lorsqu'il se présente.
			– demander aux élèves de remplir les formulaires de données démographiques;
			– reprendre les formulaires de données démographiques et les placer en ordre numérique dans l'enveloppe fournie par le Ministère; **ne pas les plier ni les endommager, ne pas utiliser d'élastiques, d'agrafes ou de trombones**;
			– distribuer **à chaque élève qui était absent jusqu'à présent :** • son formulaire de données démographiques et lui demander de le remplir;
			• la feuille intitulée *Règlements à respecter durant les séances de test* et lui demander de la lire;
			– distribuer à chaque élève cinq feuilles de papier brouillon et dire aux élèves de lever la main s'ils ont besoin d'autres feuilles de papier brouillon ou de papier supplémentaires;
			– demander aux élèves d'inscrire leur numéro d'identification sur leurs feuilles de papier brouillon;
			– informer les élèves qu'ils auront à répondre à un questionnaire à la fin de la séance;
			– avoir en main un exemplaire des documents utilisés;
			– demander aux élèves d'ouvrir leur *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* puis leur lire **à haute voix** les « Directives » et les « Consignes » à la page 1;
			– demander aux élèves d'ouvrir leur *Cahier de l'élève, Compréhension orale* puis leur lire **à haute voix** les « Directives » et le « Règlement particulier » à la page 1;
			– demander aux élèves d'ouvrir leur *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* puis leur lire **à haute voix** les « Directives », le « Règlement particulier » et les « Consignes » à la page 1;
			– faire jouer la chanson;
			– quand la chanson est terminée, dire aux élèves de commencer à travailler à partir de la page 2;
			– demander aux élèves d'ouvrir leur *Cahier de l'élève, Production écrite* puis leur lire **à haute voix** les « Directives » et les « Conseils », à la page 1 et les « Règlements particuliers », à la page 2;
			– dire aux élèves de commencer à travailler une fois qu'ils auront lu la « Tâche d'écriture », à la page 3 et regardé la « Grille de vérification », aux pages 4 et 5;

Jour 1 CO (✓)	Jour 2 CÉ (✓)	Jour 3 PÉ (✓)	**Les boîtes grisées indiquent que l'étape ne s'applique pas à la séance en question.**
			– inscrire l'heure dans le *Rapport d'administration* et dire aux élèves que la séance commence;
			– faire visionner le disque DVD en appuyant sur le bouton « Version intégrale »; Remarque : Le déroulement de la séance est **entièrement** expliqué dans le disque DVD. La personne administratrice n'a donc pas besoin de diriger les activités de l'élève.
			– après deux heures, indiquer aux élèves qu'il ne reste qu'une heure et les inviter à commencer à transcrire leur version définitive dans leur cahier s'ils n'ont pas déjà commencé à le faire.
			À la fin de la séance, la personne administratrice doit : – rappeler aux élèves le nombre de minutes de temps supplémentaire alloué pour cette séance;
			– inscrire l'heure dans le *Rapport d'administration*.
			Lorsque le temps supplémentaire s'est écoulé, la personne administratrice doit : – demander aux élèves d'arrêter d'écrire;
			– reprendre les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension orale,* du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* et les placer en ordre numérique;
			– reprendre les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite*, du *Recueil de textes,* du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* et les placer en ordre numérique;
			– demander aux élèves d'insérer leurs feuilles de papier brouillon, la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif* et, s'il y a lieu, les feuilles de papier supplémentaires dans leur *Cahier de l'élève, Production écrite*;
			– reprendre les exemplaires du *Cahier de l'élève, Production écrite* et • y agrafer, **s'il y a lieu, les feuilles de papier supplémentaires**;
			• y laisser la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*, car elle servira à la correction du texte de l'élève;
			• agrafer **les feuilles de papier brouillon SANS les insérer dans le cahier**; Remarque : Veuillez **ne pas envoyer** les feuilles de papier brouillon des élèves, ni au Ministère ni au site de correction.
			• les placer en ordre numérique;
			– reprendre les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale*, du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* et du *Recueil de textes*;
			– distribuer les questionnaires aux élèves, demander aux élèves d'y répondre en utilisant **un crayon à mine**, puis les reprendre;
			– noter dans le *Rapport d'administration* toute irrégularité ou toute situation hors de l'ordinaire;

Jour 1	Jour 2	Jour 3	**Les boîtes grisées indiquent que l'étape ne s'applique pas à la séance en question.**
CO (✓)	CÉ (✓)	PÉ (✓)	
			– remplir le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français* relatif à la séance;
			– obtenir de la direction de l'école : • l'enveloppe contenant les formulaires de données démographiques;
			• les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension orale*;
			• les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite*;
			• le *Questionnaire pour la direction de l'école*;
			– vérifier si tous les formulaires de données démographiques sont bien remplis; Remarque : Si un élève était absent de la séance du Jour 1 (12 janvier 2005), du Jour 2 (13 janvier 2005) **et** du Jour 3 (14 janvier 2005), la personne administratrice doit inscrire le code correspondant à son absence sur le formulaire individualisé (voir l'annexe 7 pour la liste de codes).
			– vérifier, à l'aide des feuilles de présence, si le mot « Absent » est inscrit sur le cahier d'un élève absent;
			– compter le nombre de cahiers à envoyer au site de correction et inscrire le nombre dans le *Rapport d'administration*;
			– signer le *Rapport d'administration*;
			– faire deux photocopies des feuilles de présence et du *Rapport d'administration*;
			– remettre au Ministère tous les documents demandés (voir la section 9.1, pour les écoles de la ville de Winnipeg, ou la section 9.2, pour les écoles à l'extérieur de la ville de Winnipeg);
			– remettre tous les autres documents de test à la direction de l'école;
			– remettre au site de correction, s'il y a lieu, tous les documents listés à la **section 10.0**;
			– garder à l'école tous les documents listés à la **section 11.0**.

9.0 Modalités d'envoi des documents au Ministère

9.1 Écoles de la ville de Winnipeg

(mercredi après-midi, jeudi après-midi et vendredi après-midi)

La personne administratrice doit :

- prendre l'enveloppe identifiée « Cahiers demandés en prévision de la formation des personnes coordonnatrices » et en sortir le formulaire sur lequel est inscrit le nom de certains élèves;
  Remarque : Ces élèves ont été choisis au hasard parmi les élèves à l'égard desquels le Ministère est autorisé à utiliser les travaux.
- rassembler les **cahiers demandés** et les mettre dans l'enveloppe fournie à cet effet.

Un employé du service de messagerie *Mid-Canada Courier* se rendra à votre école le mercredi 12 janvier 2005, le jeudi 13 janvier 2005 et le vendredi 14 janvier 2005, à l'heure convenue avec l'enseignante ou l'enseignant de français, pour recueillir l'enveloppe de documents demandés.

Le tableau ci-dessous précise les documents demandés par le Ministère ainsi que le moment de leur envoi.

Le mercredi 12 janvier 2005

- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Compréhension orale* (cahier vert)
- une **photocopie des feuilles de présence**

Le jeudi 13 janvier 2005

- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* (cahier rose)

Le vendredi 14 janvier 2005

- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Production écrite* (cahier beige foncé)
- l'original des feuilles de présence
- les formulaires de données démographiques
- l'original du *Rapport d'administration*
- le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français*
- le *Questionnaire pour la direction de l'école*
- les feuilles intitulées *Questionnaire pour l'élève*
- les exemplaires non numérotés du *Recueil de textes*
- tout exemplaire mal imprimé ou endommagé du *Cahier de l'élève*, à condition qu'il n'ait pas été utilisé par un élève

9.2 Écoles à l'extérieur de la ville de Winnipeg

(mercredi après-midi, jeudi après-midi et vendredi après-midi)

La personne administratrice doit :

- prendre l'enveloppe identifiée « Cahiers demandés en prévision de la formation des personnes coordonnatrices » et en sortir le formulaire sur lequel est inscrit le nom de certains élèves;
  Remarque : Ces élèves ont été choisis au hasard parmi les élèves à l'égard desquels le Ministère est autorisé à utiliser les travaux.
- rassembler les cahiers demandés;
- faire une photocopie de la page titre et des questions-réponses des **cahiers demandés**;
  Remarque : Veuillez vous assurer que la photocopie est bien lisible et que l'on voit bien le numéro de cahier.
- envoyer la photocopie des **cahiers demandés par télécopieur**, à l'attention de Gisèle Côté, au numéro indiqué sur le formulaire *Cahiers demandés en prévision de la formation des personnes coordonnatrices*.

Le tableau ci-dessous précise les documents à envoyer **par télécopieur** ainsi que le moment de leur envoi.

Le mercredi 12 janvier 2005
- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Compréhension orale* (cahier vert)
- une **photocopie des feuilles de présence**

Le jeudi 13 janvier 2005
- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* (cahier rose)

Le vendredi 14 janvier 2005
- les **exemplaires demandés** du *Cahier de l'élève, Production écrite* (cahier beige foncé)

De plus, le vendredi après-midi, la personne administratrice doit envoyer l'enveloppe de documents à remettre au Ministère par *Xpresspost* en utilisant le *Connaissement* fourni à cet effet.[1] **(Ne pas mettre, dans l'enveloppe, les cahiers demandés par le Ministère pour la Production écrite; envoyez les photocopies par télécopieur.)**

Le tableau présenté à la page suivante précise les documents à envoyer **par *Xpresspost***.

[1] Si vous assistez à la session de formation offerte par le Ministère le lundi 17 janvier 2005, vous pouvez apporter l'enveloppe de documents avec vous au lieu de l'envoyer par *Xpresspost*.

Le vendredi 14 janvier 2005

- l'original des feuilles de présence
- les formulaires de données démographiques
- l'original du *Rapport d'administration*
- le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français*
- le *Questionnaire pour la direction de l'école*
- les feuilles intitulées *Questionnaire pour l'élève*
- les exemplaires non numérotés du *Recueil de textes*
- tout exemplaire mal imprimé ou endommagé du *Cahier de l'élève*, à condition qu'il n'ait pas été utilisé par un élève

Mettre les documents demandés dans l'enveloppe fournie à cet effet. Assurez-vous que l'enveloppe est adressée à :

Madame Gisèle Côté
Division du Bureau de l'éducation française
Direction des services de soutien en éducation
Section Mesure et évaluation
1181, avenue Portage, salle 309
Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3

Utilisation du *Connaissement* (voir l'annexe 8 pour un exemple de connaissement)

1. Signez le *Connaissement* à l'endroit prévu (Signature de l'expéditeur).
2. Apportez l'enveloppe ainsi que le *Connaissement* au bureau de poste.
3. Le commis inscrira le poids de l'enveloppe et préparera l'enveloppe pour l'envoi. Demandez au commis de vous remettre la copie de l'expéditeur du *Connaissement*.

10.0 Modalités d'envoi des documents au site de correction

La personne coordonnatrice responsable de la correction locale vous informera du site de correction et du moyen à prendre pour l'envoi des documents.

Les documents suivants devront être envoyés au site de correction, s'il y a lieu :

- une photocopie des feuilles de présence;
- une photocopie du *Rapport d'administration*;
- les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension orale* (cahier vert);
- les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* (cahier rose);
- les exemplaires du *Cahier de l'élève, Production écrite* (cahier beige foncé).

Remarque : Tous les cahiers des élèves présents à au moins un des Jours 1, 2 ou 3 doivent être envoyés au site de correction.

11.0 Documents à garder à l'école

La personne administratrice doit veiller à ce que les documents ci-dessous **restent à l'école** :

- une photocopie des feuilles de présence;
- le *Guide d'administration*;
- le disque DVD;
- le disque compact;
- les exemplaires **non utilisés** du *Cahier de l'élève, Compréhension orale* (y compris les cahiers des élèves **absents de toutes les séances**);
- les exemplaires **non utilisés** du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* (y compris les cahiers des élèves **absents de toutes les séances**);
- les exemplaires **non utilisés** du *Cahier de l'élève, Production écrite* (y compris les cahiers des élèves **absents de toutes les séances**);
- **tous** les exemplaires du *Cahier de prise de notes*;
- **tous** les exemplaires **numérotés** du *Recueil de textes*;
- **toutes** les feuilles de papier brouillon (celles des élèves et celles non utilisées);
- les feuilles de papier supplémentaires non utilisées.

12.0 Après la correction à l'échelle locale

Lorsque la correction à l'échelle locale sera terminée, **la personne coordonnatrice responsable de la correction à l'échelle locale** retournera les documents suivants au Ministère :

- **toutes** les feuilles de notation à balayage optique;
- **tous** les cahiers demandés en prévision du *Rapport sur le processus de correction*;
- les exemplaires du *Formulaire de demande d'échantillon*.

La personne coordonnatrice responsable de la correction locale se familiarisera avec les directives d'envoi de ces documents au Ministère au moment de la session de formation du 17 janvier 2005.

13.0 Personnes-ressources du Ministère

Pédagogie

Monsieur Robert Campbell
Agent d'éducation
Téléphone : (204) 945-6263
Sans frais d'appel : 1 800 282-8069, poste 6263
Télécopieur : (204) 948-3234
Courriel : robcampbel@gov.mb.ca

Logistique

Madame Gisèle Côté
Agente d'administration
Téléphone : (204) 945-3935
Sans frais d'appel : 1 800 282-8069, poste 3935
Télécopieur : (204) 948-3234
Courriel : gcote@gov.mb.ca

Annexe 1

DOCUMENTS ET MATÉRIEL DE TEST

Jour	Composante	Documents fournis par le Ministère	Matériel fourni par l'élève	Matériel fourni par l'école
		Tâches administratives - le *Guide d'administration* - les feuilles de présence - les formulaires de données démographiques - le *Rapport d'administration* - le *Questionnaire pour la direction de l'école* - le *Questionnaire pour l'enseignante ou l'enseignant de français*	**Pour l'ensemble du test** - crayons HB - stylos - gommes à effacer - surligneurs	
le vendredi 7 janvier 2005	Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*	- les exemplaires du *Recueil de textes* - les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*		
Jour 1 le mercredi 12 janvier 2005	Compréhension orale (prise de notes et tâches d'évaluation)	- les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* - les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* - les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension orale* - le disque DVD	- dictionnaires unilingues et bilingues	- un téléviseur - un lecteur DVD
Jour 2 le jeudi 13 janvier 2005	Compréhension écrite (tâches d'évaluation)	- les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* - les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* - les exemplaires du *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* - les exemplaires du *Recueil de textes* - le disque compact	- dictionnaires unilingues et bilingues	- un lecteur de disques compacts
Jour 3 le vendredi 14 janvier 2005	Production écrite (tâche d'évaluation)	- les exemplaires du *Cahier de l'élève, Production écrite* - les exemplaires du *Recueil de textes* - les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* - les exemplaires du *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* - le papier brouillon - le papier supplémentaire - le *Questionnaire pour l'élève*	- dictionnaires unilingues et bilingues - dictionnaires de synonymes - grammaires - recueils de verbes	

Annexe 2

EXEMPLE D'UNE FEUILLE DE PRÉSENCE

Le nom et le code de l'école ainsi que le nom de la division scolaire figureront ici.

FEUILLE DE PRÉSENCE

Test basé sur les normes
Français langue seconde – immersion
***40S : Langue et communication*, secondaire 4**
Janvier 2005

Numéro de cahier	Nom de l'élève (Écrire en caractères d'imprimerie S.V.P.)	Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, CÉ*		Jour 1	Jour 2	Jour 3
		7 janv.	12 janv.	12 janv.	13 janv.	14 janv.
		Cahiers remis à l'élève	Cahiers rapportés en classe	CO (prise de notes et tâches)	CÉ (tâches)	PÉ (tâche)
20001	Bertrand, Anna	✓	✓	✓	✓	✓
20002	Carter, Heather	✓	✓	✓	A	✓
20003	Jackson, Patrick	✓	✓	✓	✓	A
20004	Lafleur, Donald	✓	✓	✓	✓	✓
20005	Martin, Sean (20008)			✓	✓	✓
20006	Parker, Linda	✓	✓	✓	✓	✓
20007	Vadeboncœur, Mathew	✓	✓	✓	✓	✓
20008	utilisé avec 20005 (endommagé)					
~~20009~~	utilisé dans une autre classe					
~~20010~~	utilisé dans une autre classe					

Code	Description
✓	Élève présent
A	Élève absent

- Après la séance du Jour 1, faire une photocopie de cette feuille pour envoyer au Ministère le mercredi 12 janvier 2005.
- À la fin de l'administration du test, faire deux photocopies de cette feuille; une pour les dossiers de l'école et, s'il y a lieu, une pour le site de correction.
- Retourner cette feuille de présence au Ministère le vendredi 14 janvier 2005 avec les autres documents de test.

Jeanne Dumont
Nom de la personne administratrice

EXEMPLE D'UN FORMULAIRE INDIVIDUALISÉ DE DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

FORMULAIRE DE DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES/DEMOGRAPHIC DATA FORM 1087

TEST BASÉ SUR LES NORMES FRANÇAIS LANGUE SECONDE – IMMERSION SECONDAIRE 4 – JANVIER 2005

SENIOR 4 FRANÇAIS LANGUE SECONDE – IMMERSION STANDARDS TEST – JANUARY 2005

École/
School

Nom/
Name

Date de naissance/
Birth Date

N° MET/
MET #

Utilisez seulement un crayon HB./Use an HB pencil only.

N° de cahier/
Booklet No.

Inscrivez votre **N° de cahier** et noircissez les cercles qui y correspondent.

Write and shade in your **Booklet No.**

OU **OR**

À L'USAGE DE L'ENSEIGNANT.E SEULEMENT :

Si l'élève était absent de la séance du **Jour 1**, du **Jour 2 et** du **Jour 3**, vous devriez inscrire le **Code** correspondant à son absence et noircir les cercles qui y correspondent.

Prière de consulter la liste de codes fournie dans le *Guide d'administration.*

Code/
Reason Code

Autre/Other:

FOR TEACHER USE ONLY:

If the student was absent for **Day 1, Day 2 and Day 3** test sessions, write and shade in the **Reason Code.**

Please see list of reason codes provided in the *Guide d'administration.*

Annexe 4

EXEMPLE D'UN FORMULAIRE GÉNÉRIQUE DE DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

ÉTAPES À SUIVRE POUR REMPLIR LE FORMULAIRE GÉNÉRIQUE DE DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Veuillez remplir le formulaire générique seulement si vous n'avez pas de formulaire individualisé.

Veuillez ne pas plier ni endommager le formulaire.

Voici les étapes à suivre pour remplir le formulaire :

NOM DE FAMILLE : Inscrivez votre nom de famille en caractères d'imprimerie dans les espaces prévus et noircissez les lettres encerclées qui y correspondent.

PRÉNOM : Inscrivez votre prénom en caractères d'imprimerie dans les espaces prévus et noircissez les lettres encerclées qui y correspondent.

NOM DU PROGRAMME : Noircissez le cercle qui correspond au programme auquel vous êtes inscrit.

DATE DE NAISSANCE : Inscrivez les chiffres et noircissez les cercles qui y correspondent.

NUMÉRO DU CAHIER (votre numéro d'identification) : Ce numéro composé de cinq chiffres se trouve sur les cahiers que vous recevez. Inscrivez ce même numéro et noircissez les cercles qui y correspondent.

GENRE : Noircissez le cercle approprié.

Réservé à la personne administratrice

NUMÉRO PROVINCIAL DE L'ÉLÈVE : Inscrivez les chiffres du numéro provincial de l'élève et noircissez les cercles qui y correspondent.

CODE DE L'ÉCOLE : Inscrivez les quatre chiffres du code et noircissez les cercles qui y correspondent. Le code de l'école figure sur les feuilles de présence.

CODE DE PARTICIPATION : Inscrivez le code correspondant à la participation imprévue de l'élève (voir l'annexe 7 pour la liste de codes). Si vous utilisez le code 79 « autre », vous devez fournir la raison de la participation imprévue.
(Référez-vous à l'annexe 4 pour un exemple du formulaire générique.)

Annexe 6

RÈGLEMENTS À RESPECTER DURANT LES SÉANCES DE TEST

(La personne administratrice doit lire ces règlements à haute voix au début de la première séance de test.)

1. Veuillez ne pas ouvrir les cahiers avant d'en être avisés. N'écrivez pas votre nom sur les cahiers.

2. Si vous recevez un document endommagé ou mal imprimé ou si vous ne recevez pas le bon document, levez la main pour demander un autre document.

3. Il est interdit de se consulter les uns les autres.

4. Je ne suis pas autorisé(e) à répondre aux questions concernant le contenu du test. Toutefois, si vous avez d'autres questions, levez la main.

5. Au signal d'arrêt, vous devez poser immédiatement votre stylo.

6. Aucun document de test ne doit sortir de la salle.

CODES DÉSIGNÉS POUR INDIQUER LES CHANGEMENTS AU NOMBRE D'ÉLÈVES INSCRITS AU TEST BASÉ SUR LES NORMES

(Veuillez choisir parmi les codes suivants pour remplir le formulaire de données démographiques.)

A : Indiquer « aucune note » pour le test basé sur les normes avec la note du cours

Absences justifiées	
02	n'a pu passer le test en raison des conditions météorologiques
03	raisons familiales ou personnelles
04	raison médicale, maladie ou accident
05	activité (scolaire ou sportive) à l'extérieur de la ville
06	motifs religieux
17	autre (veuillez préciser)

Exemptions	
60	exempté en raison de l'état émotionnel ou psychologique
63	phase d'accueil — bloc intensif
69	autre (veuillez préciser)

B : Indiquer une note de 0 % pour le test basé sur les normes avec la note finale du cours

Absences non justifiées	
01	arrivé trop tard pour passer le test
07	l'élève a refusé de passer le test
09	travail
10	suspendu
11	absent — aucune raison fournie
18	autre (veuillez préciser)

C : Ne pas indiquer de note pour le test basé sur les normes

Abandons	
22	abandon du cours
23	incarcération ou comparution devant le tribunal
24	raison médicale, maladie ou accident
25	raisons familiales ou personnelles
26	manque d'assiduité ou progrès insatisfaisant
27	décrocheur
28	expulsé
29	autre (veuillez préciser)

Formation incomplète/Test reporté	
40	continuation du cours ou du programme l'année ou le semestre suivant
41	aucun travail accompli
42	test reporté — conflit d'horaire (FL1/FL2)
49	autre (veuillez préciser)

Erreurs d'inscription	
20	changement de programme
21	décès
50	a déjà un crédit
51	auditeur libre
52	élève participant à un programme d'échanges (ne cherche pas à obtenir de crédit)
53	inscrit deux fois
54	inscriptions prévues — système à quatre semestres
55	inscrit au mauvais niveau/cours
57	reçoit un crédit avec la mention « M »
58	reçoit un crédit avec la mention « E »
59	autre (veuillez préciser)

Déplacements	
90	transféré à une autre école de la province
91	transféré à une autre école à l'extérieur de la province
99	autre (veuillez préciser)

Participation imprévue

70	élève oublié au moment de l'inscription initiale au test	73	élève se représente au test (n'est pas actuellement inscrit)
71	inscription tardive au cours	79	autre (veuillez préciser)
72	élève venant de l'extérieur (école, province ou pays)		

Annexe 8

EXEMPLE D'UN CONNAISSEMENT

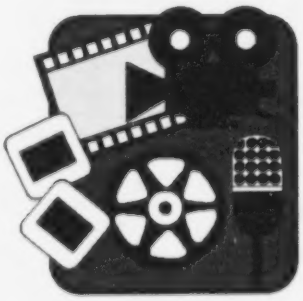
Veuillez signer le *Connaissement* ici.

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Cahier de prise de notes
Compréhension écrite

L'influence des médias



Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3343-X

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Vue d'ensemble du test

Jour	Composante	Durée	Activités de l'élève	Documents remis à l'élève
le vendredi 7 janvier 2005	Remise du *Recueil de textes* et du *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite*			
Avant le test	Compréhension écrite (CÉ) Prise de notes	du 7 au 11 janvier 2005	L'élève • lit les textes du recueil • prend des notes • rapporte le *Recueil de textes* et le *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* le mercredi 12 janvier 2005	
Jour 1 le mercredi 12 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	15 minutes	• remplit le formulaire de données démographiques	• formulaire de données démographiques
	Compréhension orale (CO) Prise de notes et tâches	64 minutes (plus 10 min de temps supplémentaire)	• visionne le documentaire deux fois • prend des notes pendant et après le premier visionnement et le second • fait les tâches après le second visionnement	• *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* • *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* • *Cahier de l'élève, Compréhension orale*
Jour 2 le jeudi 13 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	10 minutes	• écoute la chanson « Marchand de bonheur » et en relit les paroles • relit les autres textes indiqués dans son *Cahier de l'élève, Compréhension écrite* • prend connaissance de l'illustration dans le texte « La télévision qui tue » et des deux affiches publicitaires • consulte son *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* • fait les tâches reliées aux textes, à l'illustration et aux affiches publicitaires	• *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* • *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* • *Recueil de textes* • *Cahier de l'élève, Compréhension écrite*
	Compréhension écrite (CÉ) Tâches	105 minutes (plus 15 min de temps supplémentaire)		
Jour 3 le vendredi 14 janvier 2005 (l'avant-midi ou l'après-midi)	Tâches administratives	10 minutes	• choisit et organise ses idées • rédige, révise et corrige son brouillon • transcrit sa version définitive dans le *Cahier de l'élève, Production écrite*	• *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* • *Cahier de prise de notes, Compréhension orale* • *Recueil de textes* • *Cahier de l'élève, Production écrite*
	Production écrite (PÉ) Tâche	180 minutes (plus 30 min de temps supplémentaire)		
	Tâches administratives	10 minutes	• répond au questionnaire	• questionnaire

But de la prise de notes

L'activité de prise de notes vous permettra d'alimenter votre réflexion pour répondre aux tâches de la Compréhension écrite et de la Compréhension orale ainsi que d'enrichir l'argumentation que vous développerez dans la tâche d'écriture.

Les cahiers de prise de notes vous aideront à retenir l'essentiel des documents audiovisuels et imprimés; ils vous offriront également la possibilité de noter quelques-unes de vos réactions à leur sujet. Assurez-vous d'y mettre des renseignements précis qui seront utiles au développement de votre argumentation.

Veuillez noter que les cahiers de prise de notes ne font l'objet d'aucune évaluation.

Compréhension écrite

Prise de notes

Directives

- Veuillez prendre des notes pendant la lecture des textes suivants, inclus dans le *Recueil de textes, L'influence des médias* :
  - « Marchand de bonheur »
  - Deux affiches publicitaires : « Solidaires face à l'itinérance » et « Aéroplan »
  - « Mister Joe »
  - « La télévision qui tue »
  - « Vive les jeux violents! »
  - « Informer ou faire peur? »
- Chacun des textes est précédé d'au moins une question d'anticipation qui vous aidera à le situer et à entamer une première réflexion.
- Vous pouvez consulter des dictionnaires unilingues et bilingues.

Vous allez lire des textes qui présentent diverses perspectives sur l'influence des médias dans la société. Avant de faire cette lecture, notez ci-dessous comment vous percevez le rôle des médias (télévision, films, radio, journaux, revues, Internet) dans la société.

Titre du texte : Marchand de bonheur	
Auteur : Michel Rivard	***Vos réactions à la chanson***
Message Champs lexicaux Images et figures de style	

Affiches publicitaires	
Au sujet de l'itinérance	***Au sujet d'Aéroplan***
L'intention de communication des concepteurs des affiches	
Éléments qui mettent en évidence cette intention de communication :	
Texte	
Image	
Rapport entre l'image et le texte	

Titre du texte : Mister Joe	
Auteur : Michel Tremblay	***Vos réactions au texte***
Narration Relations entre les personnages Thèmes/valeurs Style (ton, vocabulaire, figures de style, temps de verbes, types de phrases)	

Notes supplémentaires

Utilisez cette page pour prendre des notes supplémentaires au besoin.

Titres	*La télévision qui tue*	*Vive les jeux violents!*
Vos réactions aux aspects de l'influence des médias abordés par le texte		
L'influence néfaste des médias		
L'influence bénéfique des médias		

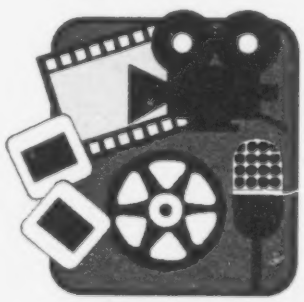
Informer ou faire peur?	Après la lecture de ces textes, faites un retour sur le point de vue que vous avez exprimé à la page 5 et apportez-y des modifications, s'il y a lieu.

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Cahier de prise de notes
Compréhension orale

L'influence des médias



Jour 1

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3341-3

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Compréhension orale

Prise de notes

Visionnement du documentaire *L'empire des marques*

Durée : 64 minutes
Temps supplémentaire : 10 minutes

Directives

- Vous visionnerez ce documentaire deux fois.
- Dans cette partie du test, vous allez :
  - réfléchir à une question d'anticipation;
  - prendre des notes sur le documentaire;
  - faire les tâches présentées dans le *Cahier de l'élève, Compréhension orale*.
- Veillez à respecter les directives présentées à l'écran.
- Vous pouvez consulter des dictionnaires unilingues et bilingues.

Consignes

- Veuillez noter que le déroulement de cette séance est **entièrement** expliqué dans le disque DVD.
- Avant le premier visionnement, vous aurez 2 minutes pour réfléchir à la question d'anticipation présentée à la page 3, examiner les feuilles de prise de notes aux pages 4 et 5, et prendre connaissance des tâches dans le *Cahier de l'élève, Compréhension orale*.
- Fermez le *Cahier de l'élève, Compréhension orale* une fois que vous avez pris connaissance des tâches.
- Lors du premier visionnement, vous prendrez des notes selon les pistes fournies aux pages 4 et 5.
- À la fin de ce visionnement, vous aurez 8 minutes pour continuer la prise de notes et pour lire les tâches dans votre *Cahier de l'élève, Compréhension orale*.
- Après le second visionnement, vous prendrez 25 minutes pour terminer votre prise de notes et faire les tâches 1 à 4 dans votre *Cahier de l'élève, Compréhension orale*.

Documentaire

L'empire des marques

Réalisateur en chef : Michel Pelletier

Question d'anticipation

- Avant de visionner ce documentaire, réfléchissez sur ce que vous avez lu dans le *Recueil de textes*.
  La publicité des grandes entreprises réussit-elle, à votre avis, à influencer le choix des jeunes à l'échelle nord-américaine? à l'échelle mondiale?

Documentaire

Titre du documentaire :	**L'empire des marques**
Réalisateur :	Michel Pelletier

Intervenants : Georges Lewi (spécialiste des marques, professeur); **Naomi Klein** (journaliste, auteure de *No Logo*); **Michael Budman** (cofondateur de *Roots*); **Pascal Bruckner** (philosophe et écrivain); **Oliviero Toscani** (photographe, ex-directeur artistique de *Benetton*)

Idée principale :

Pistes pour la prise de notes

• **Le rôle et l'influence de la publicité dans les domaines suivants**	• **Les différents points de vue des intervenants qui vous ont particulièrement intéressé**
Social Culturel Économique	

Synthèse des points de vue présentés par les intervenants

(Prise de notes – suite)	
Pistes pour la prise de notes	***Vos réactions au documentaire***
• **L'efficacité des annonces publicitaires suivantes par rapport à leur but : convaincre le public** Chanel N° 5 Coca-Cola Roots Benetton	
Aspects non mentionnés ou peu développés que vous jugez importants	

Réservé à l'administration

Correction locale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

Correction centrale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice :
_____

Jour 1

Janvier 2005

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Cahier de l'élève
Compréhension orale

L'influence des médias

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3335-9

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Compréhension orale

Tâches d'évaluation

Visionnement du documentaire *L'empire des marques*

Durée : 64 minutes
Temps supplémentaire : 10 minutes

Directives

- Dans cette partie du test, vous allez faire des tâches reliées au documentaire.
- Veillez à respecter toutes les directives présentées à l'écran.
- Vous pouvez consulter des dictionnaires unilingues et bilingues.
- Écrivez lisiblement afin d'éviter toute pénalité.

Règlement particulier

- **Aucune tricherie ne sera tolérée.** Le cas échéant, la note zéro sera accordée pour ce domaine.

L'empire des marques

1. Encerclez la lettre de l'énoncé qui résume le mieux le sujet traité dans le documentaire.

1 pt

a) Les marques s'adressent à la majorité des consommateurs d'aujourd'hui.

b) Les marques font partie intégrante de la cacophonie médiatique.

c) Les marques sont passées du marketing des produits au marketing des idées.

d) Les marques évoquent le désir de trouver un sens d'appartenance.

2. Le réalisateur du documentaire, Michel Pelletier, adopte une approche subjective pour présenter son point de vue.

   Expliquez comment son approche subjective est mise en évidence. Votre explication doit s'appuyer sur des éléments du documentaire tels que le contenu, les images, le montage, la trame sonore, la narration et le choix d'intervenants.

2 pt

3. Choisissez soit l'annonce publicitaire de Chanel N° 5 (Le petit chaperon rouge), soit celle de Coca-Cola (Les ours polaires).

   Expliquez comment cette annonce publicitaire influence le consommateur à acheter le produit en vous appuyant sur des éléments tels que le thème exploité, les images, les symboles, la trame sonore et les valeurs véhiculées dans l'annonce.

2 pt

4. Les commentaires de la narratrice, tout comme ceux de la journaliste Naomi Klein et ceux du philosophe Pascal Bruckner, laissent entendre que « les marques ont dépassé les bornes[1] ».

Partagez-vous ce point de vue?

Justifiez votre réaction en vous appuyant sur
- des références précises du documentaire **et**
- vos connaissances/expériences personnelles.

3 pt

[1] Les limites

Réservé à l'administration

Correction locale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice :

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice :

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice :

Correction centrale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice :

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice :

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice :

Jour 2

Janvier 2005

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Cahier de l'élève
Compréhension écrite

L'influence des médias

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3337-5

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Compréhension écrite
Tâches d'évaluation

Durée : 105 minutes
Temps supplémentaire : 15 minutes

Directives

- Dans cette partie du test, vous allez :
  - écouter une chanson et en lire les paroles;
  - relire un texte analytique ainsi qu'un texte narratif;
  - interpréter une illustration tirée d'un texte analytique;
  - interpréter l'une des deux affiches publicitaires;
  - faire des tâches reliées à ces trois textes, à l'illustration et à une des affiches publicitaires.
- Vous pouvez consulter des dictionnaires unilingues et bilingues.
- Organisez votre temps de façon efficace.
- N'hésitez pas à relire les textes.
- Si vous ne pouvez pas répondre à une tâche, laissez-la de côté un moment pour y revenir plus tard.
- Écrivez lisiblement afin d'éviter toute pénalité.
- N'oubliez pas de préciser vos références.

Règlement particulier

- **Aucune tricherie ne sera tolérée.** Le cas échéant, la note zéro sera accordée pour ce domaine.

Consignes

- Faites les tâches 5 et 6 après avoir lu le texte « Marchand de bonheur ».
- Faites la tâche 7 après avoir réfléchi sur l'une des deux affiches publicitaires au sujet de l'itinérance et d'Aéroplan.
- Faites les tâches 8 et 9 après avoir lu le texte « Mister Joe ».
- Faites les tâches 10 et 11 après avoir lu le texte « La télévision qui tue ».

Les cinq documents reliés aux tâches 5 à 11 sont dans le document *Recueil de textes, L'influence des médias*.

- **Assurez-vous de bien citer le numéro du paragraphe ou du vers pour tous les éléments de texte auxquels vous vous référez dans vos réponses.**

Marchand de bonheur

5. Expliquez comment le titre de la chanson est développé dans le texte en vous référant aux éléments du texte tels que le message, les champs lexicaux, les images et certaines figures de style.

2 pt

Marchand de bonheur

6. Michel Rivard laisse entendre que le marchand de bonheur vend du rêve.

Partagez-vous ce point de vue?

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

3 pt

Les affiches publicitaires de l'itinérance et d'Aéroplan

7. Choisissez l'une (1) des deux affiches publicitaires et dites comment elle est efficace.

   Expliquez votre réponse en vous référant à des éléments de l'affiche tels que le texte, l'image et les rapports entre l'image et le texte.

2 pt

Mister Joe

8. Michel Tremblay donne un ton humoristique à son récit.

   Expliquez comment ce ton est mis en évidence en vous référant à des éléments du texte tels que le style (vocabulaire, figures de style, type de phrases, temps de verbes), certains des personnages et la narration des événements.

2 pt

Mister Joe

9. Croyez-vous que Michel Tremblay ait réussi à nous faire vivre sa première expérience au cinéma?

   Justifiez votre réponse en vous référant
   - à des éléments précis du texte **et**
   - à vos connaissances/expériences personnelles.

3 pt

La télévision qui tue

10. Quelles relations établissez-vous entre l'illustration (page 17 du *Recueil de textes*) et le texte de l'article?

    Expliquez votre réponse en établissant des liens précis entre l'illustration et le texte.

2 pt

La télévision qui tue

11. Cet article vous a-t-il convaincu des effets néfastes de la télévision dans la société?

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

3 pt

Réservé à l'administration

Correction locale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

Correction centrale

1re CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

2e CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

3e CORRECTION
N° de la personne correctrice : _____

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Cahier de l'élève
Production écrite

L'influence des médias

Jour 3

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3339-1

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Production écrite

Tâche d'écriture

Durée : 3 heures
Temps supplémentaire : 30 minutes

Directives

- Choisissez l'**une** des deux tâches d'écriture proposées à la page 3 du présent cahier.
- Organisez vos idées pour rédiger votre texte.
- Intégrez des références pertinentes dans votre texte.
- Référez-vous à la *Grille de vérification* aux pages 4 et 5 avant et pendant la rédaction de votre texte argumentatif.
- Rédigez, révisez et corrigez votre brouillon.
- Transcrivez votre version définitive à partir de la page 6 du présent cahier.

Conseils

- Organisez votre temps.
- Consultez votre *Recueil de textes*.
- Consultez votre *Cahier de prise de notes, Compréhension écrite* et votre *Cahier de prise de notes, Compréhension orale*.
- Inspirez-vous de vos réflexions.
- Vous pouvez consulter :
  - des dictionnaires unilingues et bilingues;
  - des dictionnaires de synonymes;
  - des recueils de verbes;
  - des grammaires.

- À titre d'information, vous pouvez vous référer à la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif* qui sera utilisée pour évaluer votre texte.

Règlements particuliers

- Tous les règlements généraux lus par la personne administratrice la première journée du test s'appliquent également à la séance de la Production écrite.
- **Aucun plagiat ne sera toléré.** Vous pouvez consulter le *Recueil de textes* au moment de l'écriture de votre texte et vous pouvez citer des passages. **Vous devez indiquer la source de toute citation ou paraphrase.** Il est interdit de modifier le texte d'un auteur et de l'insérer dans votre production écrite sans en indiquer la référence ou de reprendre les mots d'un auteur et de les présenter comme étant les vôtres. **Dans l'un ou l'autre cas, vous serez pénalisé.**
- **Aucune tricherie ne sera tolérée.** Le cas échéant, la note zéro sera accordée pour ce domaine.
- **Aucun brouillon ne sera corrigé.** Veillez à prendre le temps nécessaire pour transcrire votre texte au propre durant la dernière heure du test.
- Écrivez lisiblement afin d'éviter toute pénalité.
- **Utilisez un stylo pour écrire la version définitive.**

Tâche d'écriture

Choisissez l'**une** des deux tâches suivantes pour rédiger votre texte argumentatif. Tenez compte du but d'un texte argumentatif : convaincre le destinataire du bien-fondé de votre point de vue et de vos arguments.

1. *Le Magazine Jeunesse* mène une enquête sur les influences qu'exercent les émissions de télévision et de radio, les films, les journaux, les revues et Internet dans la société actuelle. Dans le cadre de cette enquête, *Le Magazine Jeunesse* sollicite l'opinion de ses lecteurs sur le sujet suivant :

   Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle?

   En réponse à cette question, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.

   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

ou

2. On vous invite, en tant que président du conseil étudiant de votre école, à participer avec des parents, des éducateurs et des élèves à une table ronde consacrée aux influences des médias dans la société. La question à débattre est la suivante :

   Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?

   Afin de vous préparer, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.

   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

Grille de vérification

Référez-vous à la *Grille de vérification* avant et pendant la rédaction de votre texte argumentatif.

Introduction	cochez ✓
1. J'ai présenté l'intérêt du sujet traité (sujet amené).	❑
2. J'ai énoncé la question traitée (sujet posé).	❑
3. J'ai énoncé mon point de vue sur la question.	❑
4. J'ai énoncé les trois aspects que je vais traiter pour défendre mon point de vue (sujet divisé : facultatif).	❑
Développement de l'argumentation	
1. J'ai développé trois aspects différents du sujet traité.	❑
2. Mes aspects ont un lien direct et clair avec le sujet traité.	❑
3. J'ai choisi des arguments variés en genre (ex. : faits, exemples, témoignages, énoncés généraux, statistiques) et en type (faisant appel à la raison et/ou à l'émotion).	❑
4. J'ai appuyé mes arguments sur des références provenant de divers documents visionnés et lus.	❑
5. J'ai indiqué la source de mes références.	❑
6. J'ai agencé mon texte en paragraphes distincts.	❑
7. J'ai exploité les procédés argumentatifs (explication, réfutation, démonstration).	❑
8. La progression entre mes arguments est évidente.	❑
9. Le ton que j'ai adopté est efficace pour transmettre le message voulu.	❑
10. J'ai manifesté le souci de convaincre le public cible.	❑
11. J'ai employé un vocabulaire précis et adapté à mon intention de communication.	❑
12. J'ai varié le type de phrases; le registre de langue convient à la situation de communication.	❑
13. J'ai établi des liens entre mes arguments par des marqueurs de relation et des organisateurs textuels.	❑
14. J'ai évité les contradictions et les digressions.	❑

Conclusion	
1. J'ai rappelé mon point de vue.	❑
2. J'ai fait une synthèse des trois aspects du sujet traité.	❑
3. J'ai élargi le sujet (ex. : recommandations, solutions, souhaits).	❑
Règles de la langue	
1. J'ai vérifié l'orthographe, les accords, le genre des mots et la ponctuation.	❑
2. J'ai respecté la concordance des temps verbaux et j'ai utilisé les formes verbales correctes.	❑
3. J'ai respecté la structure de la phrase française.	❑
4. J'ai évité l'usage d'anglicismes dans mon texte.	❑

Version définitive

Écrivez **lisiblement au stylo** votre version définitive ici.

Cochez la case qui correspond à la tâche choisie : ☐ **tâche n° 1**
☐ **tâche n° 2**

Si vous utilisez du papier supplémentaire, agrafez-le à cette page.

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Recueil de textes

L'influence des médias

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3345-6

Toutes les mesures ont été prises pour tenir compte des sources et pour respecter la *Loi sur le droit d'auteur.* Prière d'aviser Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba de toute omission ou de toute erreur.

Dans ce document, les textes et les photographies reproduits d'après l'entente pancanadienne sur les droits d'auteur se trouvant aux pages 7, 16-21, 24-27 et 32-33 peuvent être reproduits à condition que la source originale soit mentionnée et qu'une licence soit détenue avec Cancopy permettant la reproduction. **Toutefois, la reproduction des textes et des illustrations se trouvant aux pages 4, 6, et 12-14, par quelque procédé que ce soit, est interdite.** Toutes les autres parties du présent document peuvent être reproduites à des fins éducationnelles non commerciales à condition que la source soit mentionnée.

Table des matières

Marchand de bonheur 3
Les affiches publicitaires de l'itinérance et d' Aéroplan 5
Mister Joe 11
La télévision qui tue 15
Vive les jeux violents! 23
Informer ou faire peur? 31
Bibliographie 34

Note :

Chaque texte est précédé d'au moins une question d'anticipation qui vous aidera à situer le texte et à entamer une première réflexion.

Avant de lire le texte, prenez un moment pour réfléchir à la question.

Dans la pub

Marchand de bonheur

Question d'anticipation

Croyez-vous que les annonces publicitaires essaient de vendre le bonheur? Comment?

Marchand de bonheur

Cher monsieur
Le marchand de bonheur
Vous n'êtes pas méchant
Juste un peu menteur
Comme tous les marchands
Comme tous les vendeurs
Vous voulez votre argent
Moi je veux mon bonheur
Sur du noir et blanc
Vous me faites rêver en couleur
Vous n'êtes pas méchant
Juste un peu menteur
Marchand de bonheur

Tous les jours
De notre longue vie
La vérité se cache
Le mensonge nous suit
Derrière de beaux visages
Et sous de belles théories
Ma vérité se cache
Dans la routine et l'ennui
Ne venez pas me dire
Que c'est pour moi
Que vous faites ceci
La vérité se cache
Et le mensonge nous suit
Tous les jours
De notre longue vie

Cher monsieur
Le marchand de bonheur
Je ne vous croirai plus
Je vous connais par coeur
Comme tous les marchands
Comme tous les vendeurs
Vous voulez mon argent
Vous voulez mon bonheur
Arrêtez de me faire croire
Que c'est ma vie
Qui vous tient à coeur
Je ne vous croirai plus
Je vous connais par coeur
Marchand de bonheur
Marchand de bonheur

© Michel Rivard, « Marchand de bonheur », Montréal, Les Disques Audiogramme, 1989.

La permission de reproduire ce texte a été accordée par Michel Rivard.

Les affiches publicitaires de l'itinérance et d'Aéroplan

Question d'anticipation

Pouvez-vous apprécier de la même façon des annonces publicitaires portant sur différents sujets : cause, service, produit? Pourquoi?

© Trigone Animation, *Solidaires face à l'itinérance*, [en ligne], (page consultée le 9 septembre 2003). http://www.itinerance.info/affichage.html.
La permission de reproduire cette illustration a été accordée par Trigone Animation.

Récompensationnel

Voyagez plus loin, plus vite avec Aéroplan.

Avec plus de **100 partenaires**, **720 destinations** et une gamme de récompenses en pleine évolution, Aéroplan[MD] vous offre plus d'occasions de vivre des expériences uniques.

Avec Aéroplan, vous **choisissez la classe de service** que vous préférez et **aucune journée obligatoire** ne vous est imposée.

Votre rêve vous attend. Vivez-le maintenant.

Toutes les 20 secondes, un membre Aéroplan réclame une prime pour voyager partout dans le monde.

Aéroplan

Vers son rêve

[MD] Aéroplan est une marque déposée de Société en commandite Aéroplan

---

Annonce publicitaire d'Aéroplan parue dans *L'actualité*.
Reproduit en vertu de l'entente CANCOPY de 1999 à 2004 conclue avec les écoles pancanadiennes et qui a été prolongée à compter du 26 août 2004.

À l'écran

Mister Joe

Question d'anticipation

Vous souvenez-vous d'un film qui vous a beaucoup marqué? Pourquoi vous en souvenez-vous?

MISTER JOE

Le tout premier film que j'ai vu dans ma vie, j'avais cinq ou six ans, était un film d'horreur. Ça marque.

Mes frères, surtout Bernard, fréquentaient assidûment la salle paroissiale Saint-Stanislas que Robert Charlebois a immortalisée dans sa chanson « Fu-Manchu » et dont j'ai longuement parlé moi-même dans *La Duchesse et le rotûrier*; je ne m'étendrai donc pas sur le sujet sauf pour rappeler que les enfants du Plateau Mont-Royal s'y entassaient chaque samedi après-midi, les garçons à la séance d'une heure et les filles à celle de trois heures, pour regarder dans un fouillis inextricable de bruits de bancs, de cris, de courses folles et de pitchage de papier, des films de second ordre la plupart du temps en anglais et rarement en couleurs.

Évidemment, mes frères et mes cousines ne faisaient pas exception à la règle. Ils dévoraient tout avec un égal bonheur: le dessin animé, le film principal, la série qui se terminait toujours mal et dont ils discutaient la suite pendant toute la semaine en spéculant sur l'intelligence des méchants et la naïveté des bons… Mais les gars voyaient toujours tout avant les filles, ce qui avait ses avantages: quand la séance d'une heure se terminait, mon frère Bernard, le moins sérieux des deux et incorrigible joueur de tours, sortait de la salle en courant, se dirigeait vers Jeanne, Lise et Hélène qui faisaient la queue en jasant et leur disait si le film en valait la peine ou non; il s'étendait parfois même un peu trop sur ce qu'il venait de voir et elles le renvoyaient en lui chantant des bêtises et en se bouchant les oreilles surtout s'il se permettait de parler de la série. Elles voulaient savoir si le bon avait explosé ou non avec la bombe en tombant dans le ravin avec la diligence en feu tirée par des chevaux partis à l'épouvante, mais elles ne voulaient pas l'apprendre de lui. Quand il avait beaucoup aimé le film, il essayait même de se faufiler à la deuxième séance, mais les garçons avaient besoin d'une lettre dûment signée par un parent pour y être acceptés et il se faisait invariablement refuser l'entrée de la salle.

***

On avait donc annoncé pour cet après-midi-là une espèce de sous-produit de *King Kong* intitulé *Mister Joe*, dans lequel un homme dans un costume de singe essayait de faire croire qu'il était un méchant gorille qui assassinait les femmes d'une grande ville américaine, Chicago ou New York, je ne sais plus trop, en pénétrant chez elles par la fenêtre. Et Bernard s'était mis dans la tête de m'initier au cinéma ce jour-là, choix judicieux s'il était un sadique (je n'ai jamais réussi à lui faire dire s'il avait fait exprès de choisir ce film-là ou si ce fut l'effet du hasard), mais de toute façon catastrophique parce qu'on n'emmène pas un enfant qui n'a jamais vu un film de sa vie voir un gorille qui pénètre chez les gens par le châssis[1] pour les étriper.

Je n'ai qu'un seul souvenir de cet après-midi, une seule image qui me revient assez souvent, même quarante ans plus tard, parce que c'est sûrement un des moments les plus intenses et les plus violents de toute ma vie.

C'est la nuit, une femme dort sur le dos. À côté de son lit, une fenêtre est ouverte. Me voyez-vous venir? Le vent fait bouger les rideaux tout doucement, l'ombre d'une branche d'arbre se balance. Le pire des clichés pour un film d'horreur mais une image tout à fait innocente pour un enfant qui n'est jamais allé au cinéma et qui ne sait pas du tout ce qui l'attend. Je suis assis sur le bout de mon siège de bois que je fais couiner parce que je trouve le film ennuyant à mourir, et je regarde l'écran d'un œil plutôt distrait. Bernard m'a dit que c'est là qu'il faut regarder, sur cette grande guénille blanche-là qui va s'animer, que ça va être bien beau même si c'est en anglais, mais rien dans ce que j'ai vu ne m'a encore

[1] la fenêtre

vraiment intéressé. La seule chose qui me chicote c'est de savoir comment ils ont fait pour enlever les couleurs aux murs, au lit, aux rideaux, aux personnages (il faut se rappeler que je ne sais même pas ce que c'est que le cinéma, que je suis donc confronté au noir et blanc pour la première fois) et je m'apprête à le demander à mon frère. Mais quelque chose attire mon attention. Est-ce que j'ai vraiment vu une ombre se profiler dans la fenêtre? Mon cœur s'arrête de battre. Un plan sur la femme qui dort toujours, parfaitement confiante, parfaitement belle dans son sommeil. La salle s'est tue; je ne suis donc pas le seul à me douter de quelque chose. J'ai arrêté de faire couiner mon banc. Encore! Cette fois j'en suis sûr. Quelque chose, quelqu'un, se tient derrière la fenêtre, peut-être en équilibre sur la branche d'arbre qui continue innocemment son va-et-vient… Quelqu'un de trapu, de gros, parce que la silhouette est toute courbée. À moins que ce soit un monstre accroupi en petit bonhomme pour mieux bondir! Je veux tirer mon frère par la manche, lui demander s'il a vu la même chose que moi lorsque les rideaux se séparent pendant que la femme bouge pour se tourner sur le dos.

Horreur sans nom!

Un gorille deux fois gros comme un homme entre dans la chambre sans faire de bruit et se penche sur le lit de la femme.

Le monde au complet bascule. Je ne suis plus qu'une bouche ouverte, un cri strident, l'expression même de la peur. Je suis debout devant mon siège, raide comme une barre, et je hurle. La salle aussi a crié mais moi je continue après tout le monde, après la fin de la scène, après que la femme dans le film ait perdu connaissance en voyant le gorille sur le point de la renifler. Je suis convaincu que je ne pourrai plus jamais m'arrêter de crier. Les autres enfants, tous plus vieux que moi, vite revenus de leur moment de terreur, qui auraient même tendance à en rire maintenant que c'est passé, me regardent, d'abord étonnés et amusés, puis se mettent à crier de me taire parce que je dérange la projection. Mon frère a posé sa main sur ma bouche mais je continue quand même, en essayant de le mordre. Quand il n'y a plus d'air dans mes poumons, je prends une grande respiration et je repars sur la même note, avec la même intensité. Je ne pourrai plus jamais être le même dans ce monde où les gorilles s'introduisent chez vous par la fenêtre pour venir vous étrangler, vous couper en petits morceaux, vous manger, peut-être, parce que les gorilles sont sûrement carnivores!

Je suis soulevé de terre, transporté sur l'épaule de Bernard au milieu des cris; je vois les rangs d'enfants défiler devant mes yeux pendant que le film continue à se dérouler sur l'écran. Comment peuvent-ils endurer une chose pareille? Comment arrivent-ils à contrôler leur peur, à ne pas s'insurger devant cet énorme animal qui va sûrement manger la pauvre femme? Il faut faire quelque chose, appeler la police, les pompiers, l'ambulance!

Je crie encore sur le trottoir; les filles qui ont commencé à faire la queue sur la rue Laurier nous regardent passer en fronçant les sourcils. Bernard rassure ma cousine Jeanne en lui disant que je suis trop petit, que le film n'est pas si épeurant que ça…

Le problème est que je continue aussi à hurler arrivé à la maison.

***

Si mon frère n'a pas mangé une volée, il a au moins mangé un paquet de bêtises.

Ma mère: «T'aurais pu me le dire, que c'était une vue[1] animée

[1] un film

de peur, grand insignifiant! Emmener un enfant de c't'âge-là voir des femmes tout nues se faire visiter par des gorilles dans leur chambre! C't'assez pour le marquer pour le restant de ses jours, ça! Son lit est placé à côté du châssis, que c'est que tu penses qu'y va penser, à soir, quand y va se coucher? Y va voir des singes partout, c'est sûr! Pis qui c'est qui va être pognée[1] pour essayer de le consoler au beau milieu de la nuit, c'est pas toé, tu dors comme une bûche, le tonnerre pourrait te rentrer par une oreille pis tu t'en apercevrais pas! Si y se remet à pisser au lit parce qu'y'est traumatisé, ça va être de ta faute pis laisse-moé te dire que c'est toé qui vas laver les draps! J'te dis que toé, avant que tu retournes à la salle paroissiale, les bananes vont pousser dans des cocotiers sur le boulevard Saint-Joseph, pis les singes avec! Pis eux autres, là, ceux qui vous envoyent ces vues animées-là, là, à quoi y pensent? Y le savent-tu qu'y peuvent vous mélanger pour le reste de vos jours en vous montrant des affaires de même?»

Elle me berçait un peu trop fort en engueulant mon frère et j'avais mal au cœur. Ce qui m'empêchait tout de même de crier. Ne pouvant plus faire sortir ma terreur avec des cris, je geignais comme un bébé qui perce ses premières dents.

Ce fut long, violent, dramatique. Bernard avait le caquet bas[2], ma mère le verbe haut et les voisins de grandes oreilles.

J'ai pleuré longtemps, ma mère a crié longtemps et le lendemain matin, à la messe de dix heures, tout le monde la regardait, disait-elle ensuite, comme si elle était une monstresse qui maltraitait ses enfants.

Quant à moi, j'avais évidemment passé une nuit épouvantable, peuplée de gorilles en noir et blanc qui se délectaient de ma peur. Plus j'avais peur, plus j'étais convaincu de les voir ricaner, s'amusant de mes cris, de mes plaintes, de mes supplications, leurs petits yeux mouillés de joie, leurs lèvres ourlées en un affreux rictus, leurs dents si puissantes prêtes à se planter dans mon cou si fragile.

***

J'ai été très longtemps sans pouvoir retourner au cinéma après cette catastrophique aventure. Et lorsque je me suis retrouvé à la salle paroissiale Saint-Stanislas, c'était en cachette, avec une pièce de dix cents ramassée sou par sou en me privant de sacs de surprises de chez Marie-Sylvia ou de lait à la récréation du matin. Je suppliais mes frères de ne pas me vendre mais ils commençaient de toute façon à se désintéresser de ces séances pour enfants et me laissaient faire à ma guise; il leur est même arrivé de me prêter de l'argent.

***

Mais je me demande parfois si ma grande passion pour les mauvais films d'horreur (je vois *toute* la production américaine depuis les années cinquante et j'ai couru pendant des années les films de la Hammer avec Peter Cushing et Christopher Lee) ne vient pas de cette première expérience avec le cinéma, pourtant tellement traumatisante. Derrière la terreur absolue ressentie par un enfant qui ne comprend pas ce qu'il voit, il y avait peut-être, en fin de compte, un tout petit soubresaut de volupté, très près de la jouissance, que j'ai réussi à contrôler en vieillissant et que j'aime retrouver dans une salle plongée dans l'obscurité. Parce que lorsque j'ai peur au cinéma, j'ai vraiment très peur et j'aime vraiment beaucoup ça! (En 1979, j'ai été tellement terrorisé par la projection de *Alien* que j'ai fait une indigestion aiguë en sortant du cinéma et que j'y suis retourné le lendemain pour voir comment tout ça était fait.) Et lorsque je trouve le film mauvais, mon plaisir est autre mais c'est tout de même un plaisir!

[1] pris
[2] parlait peu

© Michel Tremblay, « Mister Joe », *Les Vues animées*, Ottawa, Leméac Éditeur, 1990, p. 117-123.
La permission de reproduire ce texte a été accordé par Leméac Éditeur Inc.

La télévision qui tue

Question d'anticipation

À votre avis, la télévision contribue-t-elle à la violence dans la société?

Si oui, comment? Sinon, pourquoi?

Débat

La télévision qui

Le chercheur américain George Gerbner est convaincu que la télé fait l'homme à son image: **violent**. Et qu'en faisant régner la peur, elle menace la démocratie.

PAR SCOTT STOSSEL

1 « La télévision a la fonction qu'avait jadis la religion : présenter une vision cohérente du monde. »

2 George Gerbner, à 77 ans, a passé sa vie à étudier notre nouveau dieu, la télé. Pendant 25 ans, il a été doyen de l'École de communication Annenberg de l'Université de Pennsylvanie.

3 La vision du monde que présente la télévision est une vision violente, mesquine, répressive, dangereuse et faussée, dit-il. Le sous-produit toxique d'un marché incontrôlé. La télévision pourrait être une force enrichissante culturellement, mais elle joue sur la peur, le ressentiment et l'insatisfaction économique, sapant ainsi la démocratie.

4 La télévision n'existait pour ainsi dire pas quand, dans les années 30, le jeune poète George Gerbner, consterné par la montée du fascisme, quitte sa Hongrie natale pour les États-Unis. En 1942, il se porte volontaire pour l'Office of Strategic Services [OSS, ancêtre de la CIA]. Le dernier hiver de la guerre, parachuté en Slovénie pour une mission de sabotage, il combat les forces allemandes en retraite, puis rentre au pays en héros et retourne aux études. Avant d'obtenir un doctorat de l'Université de Southern California, il rédigera un mémoire de maîtrise sur l'éducation et... la télévision, le premier jamais écrit sur le sujet.

5 Gerbner est-il un téléphobe ? Un don Quichotte ? Ou au contraire a-t-il perçu avant tout le monde quelque chose d'important mais de difficile à saisir ? Hautement respecté dans le milieu universitaire, il est moqué ailleurs. Les dirigeants des réseaux de télé prennent un air apitoyé pour rejeter ses analyses, disant produire ce que les téléspectateurs veulent voir. Mais s'il avait raison ? Faut-il changer la programmation de la télé ? Et si oui, comment ?

* * *

6 En 1977, un adolescent de 15 ans, Ronny Zamora, tua d'un coup de feu sa voisine de 82 ans. Non coupable, plaida son avocat, Ellis Rubin : le gamin a trop regardé la télévision ! Souffrant d'« intoxication télévisuelle », expliqua-t-il, il ne pouvait plus distinguer le bien du mal. « Si vous le condamnez, il faudra traduire la télévision devant ce tribunal pour complicité. » Le jury, on le comprend, ne fut pas convaincu, et Ronny Zamora fut déclaré coupable.

7 Une montagne d'études concluent pourtant à une relation directe entre la violence et la télévision, dont plus de 3000 antérieures à 1971. « Plus personne ne nie le lien entre la télévision et la violence », dit Reed Hundt, président de la Commission fédérale des communications des États-Unis. « La science confirme le gros bon sens. »

8 • Dès 1956, une étude concluait que ▸

ILLUSTRATION DE JACQUES COURNOYER

Les chiffres sont atterrants : en moyenne, cinq meurtres par soir et 25 actes de violence à l'heure dans les dessins animés du samedi matin.

des enfants de quatre ans qui regardaient un dessin animé de *Woody Woodpecker* comportant de nombreuses scènes de violence étaient beaucoup plus susceptibles de frapper leurs camarades, de briser leurs jouets et d'avoir un comportement agressif que ceux du même âge qui regardaient *The Little Red Hen*.

9 • En 1981, Brandon Centerwall, un épidémiologiste de l'Université de Washington, émit l'hypothèse que l'augmentation marquée du nombre de meurtres en Amérique du Nord à partir de 1955 était un effet de la télévision. Il y avait alors huit ans environ qu'on trouvait des téléviseurs dans les foyers. En Afrique du Sud, où le régime afrikaner avait interdit la télévision jusqu'en 1975, 12 années plus tard exactement le taux d'homicide explosait.

10 • En 1960, Leonard Eron, un professeur de psychologie de l'Université du Michigan, observa que l'agressivité à l'école d'un groupe d'enfants de huit ans était proportionnelle à la violence des émissions qu'ils regardaient. Et en 1982, il ajoutait que les garçons qui avaient regardé le plus d'émissions violentes avant l'âge de huit ans étaient le plus susceptibles d'avoir des ennuis avec la justice, d'exercer de la violence sur leurs propres enfants et leurs épouses, et d'être déclarés coupables de crimes graves.

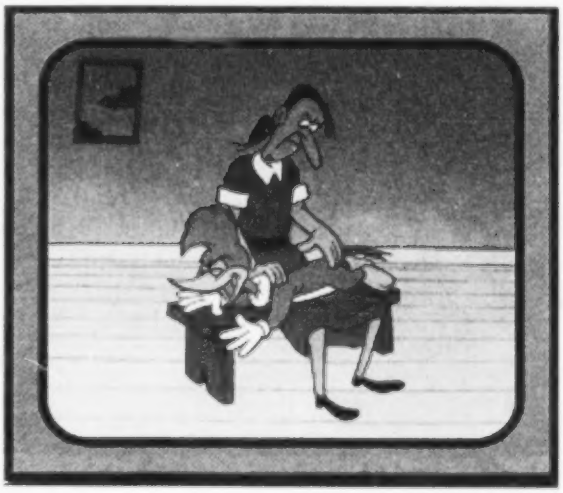
11 • En 1971, dans *Television Violence and Child Aggression : A Follow-up Study*, Monroe Lefkowitz confirma que plus les enfants voyaient de la violence à la télé avant l'âge de huit ans, plus leur comportement à 18 ans était agressif.

12 Aujourd'hui, 90 % des Américains croient que la violence à la télévision est nocive pour la société. Depuis la création par le président Lyndon Johnson en 1968 de la Commission nationale sur les causes et la prévention de la violence, des centaines d'études et même un rapport du ministre de la Santé ont conclu que la télévision est un facteur important de la violence dans nos sociétés. Cela ne suffit-il pas ?

13 Un soir d'été, un sénateur de l'Illinois, Paul Simon, regardait la télé dans un motel quand il vit, en gros plan, un homme coupé en deux par une tronçonneuse. Epouvanté, il pilota, dès son retour au Sénat, un projet de loi contre la violence à la télé. Adoptée en 1990, cette loi est un compromis avec l'industrie de la télévision : les réseaux promirent d'afficher une mise en garde au début des émissions comportant de la violence !

14 Au Canada, Keith Spicer, président du CRTC, s'intéressa pour sa part au système de censure automatique inventé par un ingénieur de Vancouver : la puce antiviolence (*V-chip*). Des téléviseurs dotés de cette puce, croyait-il, permettraient aux parents de bloquer la réception d'émissions préalablement classées selon leur niveau de violence. Spicer réussit même à obtenir de l'industrie de la télédistribution un engagement d'en installer dans les récepteurs vendus au Canada.

15 Le président Clinton vanta la puce antiviolence dans son Discours sur l'état de l'Union l'an dernier et, dès février



PONOPRESSE

16 Cette puce est-elle la solution à tous nos maux ? En Grande-Bretagne, on l'a rejetée en disant qu'au contraire elle nous empêcherait de nous attaquer aux vrais problèmes. Et des criminologues américains prédisent que les enfants vont vite trouver comment la contourner : ils sont après tout beaucoup plus habiles que leurs parents pour programmer un magnétoscope !

17 George Gerbner va même plus loin. Selon lui, ce débat sur la violence passe à côté du problème de fond. La télé a des conséquences plus insidieuses.

18 En 1968, la Commission nationale sur les causes et la prévention de la violence lui confia le soin d'analyser le contenu des émissions de télé. L'étude dite des Indicateurs culturels (Cultural Indicators project, ou CIP), qui se poursuit depuis 30 ans, est la plus longue et la plus vaste recherche de l'histoire dans le domaine. Gerbner et son équipe ont étudié non seulement la quantité de violence présentée à la télévision (le nombre d'actes violents), mais aussi sa nature. Les données quantitatives recueillies sont sidérantes, mais, selon Gerbner, les données qualitatives, celles qui portent sur la nature de la violence, sont beaucoup plus significatives.

19 Les chiffres sont atterrants : on compte aujourd'hui en moyenne plus de cinq scènes de violence par heure de grande écoute, et cinq meurtres par soir. Il y a 25 actes de violence à l'heure dans les dessins animés du samedi matin, les émissions les plus regardées par les enfants, généralement sans supervision. Et il ne s'agit que des émissions diffusées par les réseaux.

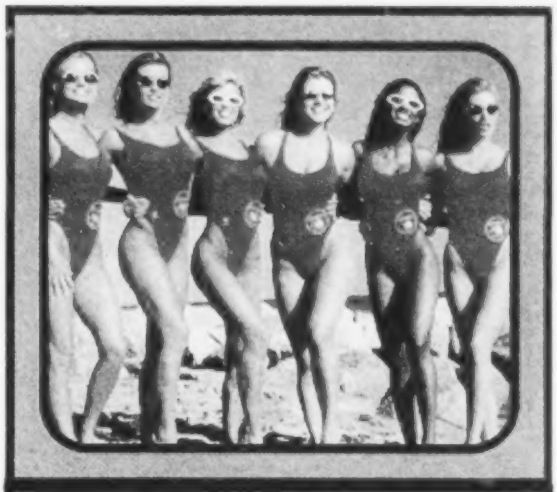
Une étude du Center for Media and Public Affairs a compté à Washington, la capitale du pays, en un seul jour, 2605 actes violents à la télé (réseaux et câble confondus), la plupart tôt le matin, quand les téléspectateurs sont les enfants.

20 Les chercheurs de la CIP estiment qu'à la fin de son primaire, un petit Américain aura ainsi été témoin de 8000 meurtres et de 100 000 autres actes de violence. Une étude du *Journal of the American Medical Association* (1992) révèle que l'enfant américain type passe 27 heures par semaine devant la télé, et aura vu 40 000 meurtres et 200 000 autres actes de violence avant l'âge de 18 ans.

21 « Jamais une culture n'a ainsi baigné dans tant d'images de violence », explique Gerbner. « Bien sûr, il y a du sang dans les contes de fée et la mythologie, des meurtres dans Shakespeare, des crimes horribles dans les journaux et des batailles et des guerres dans les manuels... Mais la violence limitée historiquement, appliquée individuellement, et utilisée sélectivement dans l'héroïsme, la cruauté ou la tragédie a été remplacée par une violence avec une fin heureuse produite sur une véritable chaîne de montage. »

22 Les archives de la CIP contiennent des observations sur plus de 3000 émissions et sur plus de 35 000 personnages, dont on note le sexe, la race, la taille, l'agressivité et s'ils font usage de drogue, d'alcool ou de tabac. Pour chaque personnage en situation de conflit, on note également s'il était en colère, en état de légitime défense, s'il a réglé le problème, etc. Tout est systématiquement analysé. Gerbner estime toutefois que ce n'est pas là le volet le plus important de la recherche, mais plutôt celui qui tente d'évaluer jusqu'à quel point la télé contribue à forger notre conception de la réalité, notre compréhension du monde. Volet que les médias passent en général sous silence, et que dénonce l'industrie de la télévision...

23 La violence, selon sa thèse, n'est pas une simple enfilade d'actes, mais un « scénario social complexe de pouvoir et de victimisation ». Ce ne sont pas tellement les actes eux-mêmes qui importent, mais qui les commet et contre qui. « Les médias insistent sur la quantité d'actes violents. Mais cela ne fait que renforcer le message transmis par la violence. En plus d'effrayer les gens, ce qui est le but même de la violence. »



Le sexe et la violence sont taillés sur mesure pour la télévision : des images plutôt que des mots. Et ils «voyagent bien»...

24 Les 30 années d'analyse culturelle de la CIP révèlent entre autres ceci :

- Les Américains passent le tiers de leurs temps libres à regarder la télévision, soit davantage qu'à pratiquer l'ensemble de leurs 10 autres principales activités de loisirs.
- Moins du tiers des personnages sont des femmes (sauf dans les téléséries diffusées le jour).
- Les classes pauvres, qui constituent 13 % de la population, sont à peu près invisibles à la télévision, ne comptant que pour 1,3 % des personnages.
- Pour chaque victime masculine blanche, il y a 17 victimes féminines blanches et 22 de minorités ethniques.
- Pour 10 agresseurs femmes, il y a 16 femmes victimes.
- Les femmes des minorités ethniques sont deux fois plus susceptibles d'être victimes qu'agresseurs.
- Les méchants sont en nombre disproportionné mâles, pauvres, jeunes, et latinos ou étrangers.

25 La signification de tout cela ? D'abord, la simple fréquence nourrit l'idée que le comportement agressif est normal. Le téléspectateur est désensibilisé.

26 L'esprit est « militarisé », dit Gerbner, qui a inventé l'expression *Mean World Syndrome* (syndrome du monde pourri). Parce que la télé décrit le monde bien pire qu'il n'est, nous devenons craintifs et plus disposés à nous en remettre aux autorités, à accepter des actions radicales, des villes fermées et autres mesures dignes d'un état policier. Gerbner estime, entre autres, que c'est à cause du « syndrome du monde pourri » que les Américains sont aujourd'hui favorables à la peine capitale, ce qui n'était pas le cas il y a 30 ans. « Grandir dans une culture de la violence nourrit l'agressivité chez les uns, et la désensibilisation, l'insécurité, la méfiance et la colère chez la plupart. »

27 Plus on voit de violence à la télé, plus on se sent menacé. Des études ont démontré l'existence d'une corrélation directe entre la consommation télévisuelle et la crainte de l'extérieur en général. Les accros de la télé croient que le monde est dangereux, bien davantage que ceux qui la regardent peu. Et ils sont davantage favorables à la loi et à l'ordre, aux lois antigangs, aux mesures punitives, à la peine de mort, à la prison à perpétuité. Le fait que la plupart viennent de familles peu instruites et à faibles revenus signifie que les classes les moins influentes de la société (et les plus exposées à la violence) aggravent elles-mêmes leur situation en s'en remettant à un État de plus en plus martial. Guerre contre le crime, guerre contre la drogue : tout est rendu en termes militaires. « Nous nous dirigeons, dit Gerbner, vers une montée du néofascisme sous une forme amusante et divertissante. »

28 La violence, explique-t-il, est un discours sur le pouvoir. La violence ▸

LONDON FEATURES / PONOPRESS

télévisée est une leçon portant sur un pouvoir qui met des gens à leur place. Et les membres des groupes minoritaires se sentent plus vulnérables que les autres. « La violence de la télévision, des journaux, n'a pas grand rapport avec celle de la vraie vie, ni en quantité, ni en nature, ni par ses conséquences. La télévision est un monde où les taux de criminalité sont 100 fois plus élevés que dans la réalité. »

29 Selon de multiples sources, le nombre d'actes ou de références à des actes sexuels à la télévision est égal à celui des actes violents. Le Center for Population Options évalue qu'un adolescent typique voit 14 000 rapports sexuels par année à la télé. Lesquels ne font généralement pas la promotion des valeurs familiales ! Gerbner déplore la diffusion systématique des gestes mécaniques qui passent pour de la sexualité à Hollywood, mais, dans la mesure où ils n'impliquent ni force ni violence, il trouve cela beaucoup moins inquiétant que la diffusion systématique de violence. « La plupart des pays adoptent des codes sur la violence, pas sur la sexualité. Pour nous, Américains, c'est le contraire. »

30 La série *NYPD Blue* a été dénoncée tant au Canada qu'aux États-Unis, mais pour des raisons différentes. Ronald I. Cohen, président du Conseil canadien des normes de la radiotélévision, explique : « Au Canada, nous nous inquiétons de la violence seulement, pas des derrières à l'air, comme les Américains. »

31 D'ailleurs, cette différence profonde entre les approches culturelles est l'un des problèmes liés à l'utilisation de la puce antiviolence : en fonction de quels critères les émissions regardées des deux côtés de la frontière seront-elles classées ?

32 « Quiconque raconte la plupart des histoires à la plupart des gens la plupart du temps s'approprie en fait le rôle culturel des parents et de l'école, dit Gerbner, en nous enseignant la plupart des choses que nous saurons sur la vie et la société. » Or, quand ils arrivent à l'école, les enfants ont passé plus de temps devant la télé qu'ils n'en passeront jamais au collège. La télévision est devenue une force culturelle qui n'a eu d'égale dans l'histoire que la religion. Seule la religion a eu ce pouvoir de transmettre un message unique sur la réalité à tous les groupes sociaux, et de créer ainsi une culture commune.

GAMMA / PONOPRESSE

La violence à la télé n'a pas grand rapport avec la vraie vie. Or, ce sont les accros du petit écran qui trouvent le monde dangereux.

33 Pour regarder la télévision, les gens n'ont pas à attendre, à sortir, à planifier, à chercher : elle est là, à la maison, allumée en moyenne plus de sept heures par jour. « Elle vient à nous. Elle est devenue un membre de la famille, qui raconte ses histoires patiemment, irrésistiblement, sans relâche. Lire le journal ou un roman est un choix, mais nous regardons la télé sans rien décider. Quant à l'éteindre tout simplement, personne ne le fait. »

34 Le quart des personnes qui regardent plus de quatre heures de télé par jour pensent qu'elle montre la vie telle qu'elle est, et 40 % considèrent qu'elle leur a appris beaucoup.

35 Dans l'industrie de la télévision, nombreux sont ceux qui ridiculisent les travaux de Gerbner. On lui reproche de ne pas tenir compte des contextes. Mais Gerbner refuse désormais de discuter du contenu de telle ou telle émission, affirmant que c'est la structure qui importe. Il estime que l'approche qui consiste à étudier l'orientation d'ensemble de la télé plutôt qu'une émission en particulier est la meilleure, et que c'est l'exposition à long terme à la violence plutôt qu'une scène donnée qui change et fixe la conception du monde chez les téléspectateurs.

36 En 1983, le réseau ABC l'a attaqué, jugeant qu'on ne pouvait additionner des choses aussi différentes que des accidents, des comédies de violence, des catastrophes naturelles et des dessins animés : qu'on ne pouvait pas, en somme, comparer *Tom and Jerry* et *I Spit on Your Grave*.

37 Mais c'est précisément parce qu'un dessin animé n'a pas d'effet brutal immédiat qu'il est si insidieux, explique Gerbner. « La violence est l'expression physique claire d'un pouvoir qui blesse ou tue. Qu'elle soit faite en riant ou sérieusement ne fait pas de différence. L'humour sert à dorer la pilule ; la violence n'en est que mieux intégrée dans la structure de la connaissance. Les histoires amusantes sont plus faciles à avaler mais, fondamentalement, il s'agit toujours de messages de pouvoir.

38 « Notre monde se construit à partir des récits que nous nous racontons. Ces histoires nous décrivent le fonctionnement de la société. Elles nous disent qui sont les gagnants, les perdants, les bons et les méchants, dans un monde hautement stéréotypé. Que cela soit sérieux ou humoristique ne change rien. La différence, c'est que les dessins animés peuvent aller plus loin. Il n'y a pas d'affaire plus sérieuse pour une société que ce qu'elle raconte à ses enfants. »

39 Pourtant, ce n'est pas d'hier qu'on leur raconte des histoires à faire dresser les cheveux sur la tête. « La différence, répond Gerbner, c'est qu'aujourd'hui, elles sont standardisées et commercialisées. Hier, on les leur racontait individuellement et en personne ; on pouvait les adoucir, les tailler sur mesure pour chaque enfant. Aujourd'hui, les jeunes grandissent dans un environnement qui est celui d'une

stratégie de marketing de masse. »

40 Pourquoi produit-on tant de violence alors que les cotes d'écoute révèlent que le public préfère les comédies et les drames qui n'en contiennent pas ? Parce qu'il n'existe pas véritablement de « marché libre » dans ce secteur, répond Gerbner. Le coût élevé des productions implique qu'on doive les vendre partout dans le monde pour les rentabiliser. La moitié des profits viennent d'ailleurs des ventes à l'étranger. Et ce qui « voyage bien », c'est-à-dire ce qui est compréhensible au-delà du mur des langues et des cultures, ce sont le sexe et la violence. *Baywatch* (*Alerte à Malibu*) est l'émission la plus regardée de la planète, et un spectateur de Pékin comprend facilement ce qui se passe dans un film mettant en vedette Sylvester Stallone. Les grognements sont faciles à traduire. Trois cents millions d'enfants de 80 pays regardent les Power Rangers.

41 La violence et le sexe sont taillés sur mesure pour la télévision : des images plutôt que des mots. L'humour, les dialogues complexes, les traits culturels particuliers passent mal. La violence est le chemin du profit, une formule mondiale « infligée à tous les enfants du monde ».

Version abrégée de *The Man Who Counts the Killings*, paru dans *The Atlantic Monthly*.

© Scott Stossel, *L'actualité*, Éditions Rogers Media.
Reproduit en vertu de l'entente CANCOPY de 1999 à 2004 conclue avec les écoles pancanadiennes et qui a été prolongée à compter du 26 août 2004.

Du sang à la une

Les émissions d'informations dites « sérieuses » ne sont pas plus exemptes de violence et de distorsion que les autres. Le précepte « du sang à la une» prévaut toujours. Il y a de fortes chances que le journal télévisé que vous regarderez ce soir comporte une majorité de nouvelles sur des crimes et des catastrophes, lesquels auront probablement eu lieu loin de chez vous, surtout si vous n'habitez pas une grande ville. Les incendies et les meurtres sont beaucoup plus faciles — et moins chers — à couvrir que la politique ou les affaires sociales. Les nouvelles violentes font augmenter les cotes d'écoute : elles sont une affaire de marketing. « Dans chaque demi-heure de nouvelles, vous avez 23 minutes d'informations et sept minutes de publicité. Et sans la météo et les sports, ces 23 minutes ne contiendraient pas une seule nouvelle positive. Six minutes d'espoir, de dignité, de fierté, ça ne se vend pas », dit le comédien et metteur en scène Edward James Olmos. Et l'écrivain Garrison Keillor est plus direct : « C'est le sang de Shakespeare sans l'intelligence et la poésie. En regardant les nouvelles télévisées, vous n'en apprenez pas plus sur le monde qu'en calant une bouteille de gin. »

S.S.

Vive les jeux violents!

Question d'anticipation

Dans quelle mesure la violence peut-elle avoir une fonction positive?

Vive les jeux VIOLENTS!

La violence imaginaire joue un rôle essentiel dans le développement des enfants, dit l'essayiste américain Gerard JONES. Une thèse qui reçoit l'appui de pédiatres influents !

PAR JONATHAN TRUDEL

1 **UN RAMASSIS DE CLICHÉS,** de préjugés et de vœux pieux. Voilà comment Gerard Jones qualifie le discours que tiennent souvent les groupes de pression opposés au « divertissement violent » – vocable qui désigne aussi bien la violence dans les films, à la télévision et dans les jeux vidéo que celle qui s'exprime dans les chansons de groupes populaires.

DR

2 « Certains aimeraient bien pouvoir abolir purement et simplement les histoires violentes, croyant que cela entraînerait la disparition de la violence réelle, dit-il. Malheureusement, les choses ne sont pas aussi simples. La violence imaginaire joue un rôle essentiel dans le développement des enfants. »

3 Membre du conseil consultatif du programme d'études des médias au Massachusetts Institute of Technology (MIT), auteur de plusieurs essais sur les médias mais aussi de *comic books* (il a collaboré, entre autres, aux séries *Batman*, *Spider-Man* et *Pokémon*), Gerard Jones a tenté, dit-il, de « se mettre dans la peau des jeunes ». De comprendre pourquoi, contre vents et marées, le divertissement violent continue de prospérer et de fasciner des millions de personnes. Il a passé en revue d'innombrables études sur le sujet, interviewé psychiatres, psychologues, pédiatres et professeurs, et surtout, rencontré des centaines d'enfants de tous les horizons. De ses recherches est né un livre, *Killing Monsters* (Basic Books, 2002). Et une conviction : « Le jeu, la fabulation, l'imaginaire, même quand ils véhiculent des images violentes, donnent un sens aux peurs des enfants, à leurs rages, à leurs désirs. »

4 Les adultes, dit-il, ont une telle frousse de la violence qu'ils ont tendance à avoir peur de tout ce qui semble la célébrer. « Nous croyons voir des preuves que le divertissement violent nous désensibilise, nous rend plus agressifs. Mais une étude approfondie de notre histoire culturelle indique le contraire : la violence fictive fait partie de la longue lutte de l'être humain pour être, en réalité, moins violent. »

5 *Killing Monsters* a eu un profond retentissement aux États-Unis et en Grande-Bretagne, où son auteur s'est attiré les foudres de nombreux organismes opposés à la violence à la télévision et dans les jeux vidéo. Le président d'un des plus puissants de ces organismes, l'American Academy of Pediatrics, a toutefois admis, à la grande surprise de Gerard Jones, qu'il était d'accord avec l'essentiel des arguments de ce dernier. L'American Center for Children and Media, qui a notamment pour mission d'encourager la production d'émissions de qualité à la télévision, a qualifié son œuvre d'« inestimable ».

6 *L'actualité* a joint Gerard Jones à son domicile de San Francisco.

« Les filles apprécient les histoires violentes, pourvu que celles-ci accordent de l'importance à l'attitude des personnages. » À gauche: Gerard Jones et son fils Nicky, 10 ans.

STEVE PREZANT / CORBIS / MAGMA

7 *En quoi le divertissement violent peut-il aider les jeunes ?*

8 – Les enfants, tout comme les adolescents, subissent une énorme pression sociale qui les incite à bien se comporter, à contrôler leurs pulsions, à être gentils et doux. Les fantasmes de combats, de puissance et de destruction peuvent les aider à réduire leurs tensions, à contrer leur sentiment d'impuissance. Ils procurent une formidable évasion hors de la routine, un espace de liberté où les enfants peuvent prétendre être grands et forts, sans devoir répondre aux attentes de leurs professeurs ou de leurs parents. En incarnant, dans leur imaginaire, des superhéros ou des personnages de films d'action, ils s'approprient symboliquement une partie de la puissance de ces héros et peuvent tout faire – même de mauvaises actions – sans en subir les conséquences. C'est libérateur.

9 *Mais tous les enfants et adolescents n'utilisent pas la violence dans les médias de façon constructive, non ?*

10 – On tend souvent à considérer les jeunes comme de simples « récipients », victimes des médias et de la culture populaire. Mais ils en sont aussi les utilisateurs. Ils choisissent, interprètent, « digèrent » les scènes violentes dont ils sont témoins à la télé, au cinéma ou dans les jeux vidéo. Certains enfants très en colère, déconnectés de la réalité, imiteront peut-être ce qu'ils voient, on ne peut le nier. Il ne s'agit toutefois pas d'un phénomène généralisé, au contraire. Les enfants et adolescents vraiment perturbés le sont pour des motifs réels et vont, quoi qu'il arrive, trouver un moyen d'exprimer leur colère. Interdire le divertissement violent ne ferait qu'aggraver la situation : ils se sentiraient encore plus isolés et incompris, et auraient l'impression que leur intérêt pour les histoires violentes fait d'eux des gens « mauvais ». Miser sur la peur de la violence pour endiguer celle-ci n'est pas constructif.

11 *Est-ce une coïncidence si certains des adolescents responsables des pires tueries ces dernières années étaient attirés par les jeux vidéo ou les films violents ?*

12 – Non. Mais il est important de noter les autres obsessions qu'ils entretenaient. Les auteurs de la tuerie de l'école Columbine, aux États-Unis, en ▸

1999, étaient, il est vrai, des adeptes de Doom [jeu vidéo dans lequel le protagoniste est armé jusqu'aux dents]. Toutefois, ils étaient surtout fascinés par Hitler et les nazis, obsédés par les tueurs en série et la notoriété incroyable que ceux-ci avaient retirée de leurs crimes. C'est terrible, mais ces jeunes savaient qu'ils connaîtraient une certaine gloire, même de façon posthume. Un jeu vidéo ne peut à lui seul pousser quelqu'un à devenir criminel.

[13] ***Que répondez-vous aux psychologues qui soutiennent que les jeux vidéo et le divertissement violent glorifient la violence ?***

[14] – Certains jeunes deviennent effectivement plus agités, mais ça ne les rend pas violents pour autant. Au début des années 1990, les salles de cinéma ont été envahies par une série de films très violents: *Goodfellas* [1990], *Nikita* [1990], *Reservoir Dogs* [1991], *Terminator 2* [1991], *Silence of the Lambs* [1991], *Pulp Fiction* [1994]. En même temps, des jeux vidéo mettant la mitraillette à l'honneur ont connu un grand succès populaire. Qu'est-il arrivé pendant cette période ? Le nombre de crimes violents aux États-Unis a chuté.

[15] ***La multiplication des émissions, films et jeux violents ne risque-t-elle pas, tout de même, de banaliser la violence et de désensibiliser les jeunes ?***

[16] – La plupart des études prouvent que la violence à la télé ou dans les jeux vidéo désensibilise les gens à l'égard d'autres formes de violence *à la télé ou dans les jeux*. Pas à l'égard de la véritable violence. Et même si c'était le cas, ce ne serait pas nécessairement néfaste : les médecins d'urgence et les policiers sont désensibilisés à la violence. Ça leur procure un calme et une sérénité qui les aident à accomplir leur travail.

[17] ***Voyez-vous une différence entre les jeux qui permettent aux enfants d'abattre des monstres imaginaires et ceux qui les opposent à des personnages humains ?***

[18] – Oui. Les jeunes enfants préfèrent les formes plus fantastiques de violence – les monstres des dessins animés, par exemple. Ils trouvent le réalisme trop bouleversant. Vers l'âge de 8, 9 ou 10 ans, ils comprennent mieux la différence entre la réalité et la fiction, et il leur est plus facile de faire la part des choses devant des images ou des films violents.

[19] ***De nombreux chercheurs ont démontré le lien entre le divertissement violent et le comportement violent. Ont-ils fait fausse route ?***

[20] – Le problème, c'est qu'ils abordent toujours la question sous le même angle. Le lien dont ils parlent prouve peut-être simplement que les enfants agressifs sont plus enclins à aimer le divertissement violent – et qu'ils cherchent ainsi à *évacuer* leur sentiment d'agressivité. Une corrélation n'est pas un rapport de cause à effet. Nous savons tous que les romantiques aiment les histoires d'amour, mais personne n'irait prétendre que l'exposition précoce et répétée aux mélodrames engendre un tempérament romantique...

« PERSONNE NE PRÉTENDRAIT QUE L'EXPOSITION PRÉCOCE ET RÉPÉTÉE AUX MÉLODRAMES ENGENDRE UN TEMPÉRAMENT ROMANTIQUE.»

[21] Que certains jeunes réagissent mal au divertissement violent est une évidence. Mais pourquoi l'immense majorité d'entre eux réagissent-ils très bien ? Nos peurs ont acquis plus de poids que la réalité, ce qui nous pousse à nous livrer à des généralisations hâtives et nous empêche de faire face au problème de façon réaliste.

[22] ***Le débat sur la violence dans les médias reposerait donc surtout sur un problème de perception ?***

[23] – Absolument. Quand une nouvelle tendance culturelle émerge et devient très populaire auprès des jeunes, elle crée souvent un sentiment d'anxiété chez les adultes. Et il y a habituellement un ou des incidents qui semblent justifier cette anxiété. Ce n'est pas la première fois – ni la dernière ! – que des phénomènes « mass-médiatiques » sont montrés du doigt et qu'on les accuse de favoriser la violence. Au 19e siècle, l'engouement pour les romans populaires a soulevé une certaine psychose. En France, au cours d'un procès célèbre, on a même imputé la responsabilité d'un meurtre à un roman de Victor Hugo !

24 ***On associe généralement les jeux de combat et de guerre à la culture des garçons. Les filles ont-elles également besoin de ces jeux « agressifs » ?***

25 – Oui. Même s'il est fort probable que les filles, pour des raisons hormonales, soient moins turbulentes que les garçons, à un certain moment de leur vie elles aiment se joindre à eux pour courir et se chamailler. Et ce comportement est de plus en plus accepté par la société, et par les garçons eux-mêmes. Les filles ont beau privilégier d'autres moyens pour canaliser leurs frustrations – elles utilisent davantage la parole, par exemple –, elles apprécient également les histoires violentes, pourvu que celles-ci accordent de l'importance à l'attitude et au comportement des personnages ainsi qu'aux relations entre eux. J'ai été étonné de constater, en étudiant la littérature jeunesse des dernières décennies, la quantité de personnages féminins qui placent leurs poupées ou leurs jouets au centre de jeux où plane le danger et où règne la violence physique.

26 ***Que conseillez-vous aux parents qui s'inquiètent de l'intérêt de leurs enfants pour des chanteurs aux propos violents ou racistes ?***

27 – Les parents doivent clairement faire part de leurs objections à l'égard des messages véhiculés par ces vedettes. Mais ils doivent aussi donner à leurs enfants la chance de s'expliquer. Interdire des groupes et des chanteurs, surtout si c'est avec anxiété et colère, ne peut qu'amplifier la puissance de leur message, le rendre plus attrayant. Les jeunes comprennent très bien que certaines stars controversées, comme Eminem, cherchent avant tout à provoquer, à choquer. C'est cette attitude qui les séduit, beaucoup plus que les paroles des chansons.

28 ***Vous écrivez qu'un fusil en plastique, aux yeux d'un enfant, n'est pas une arme mais une baguette magique. Que voulez-vous dire ?***

29 – Quand les parents voient un fusil, ils ont en tête tout un bagage d'horreurs : des guerres, des crimes, des actes de terrorisme. Les petits enfants ne font pas ce genre d'association. Pour eux, il s'agit simplement d'un jouet qui leur donne, l'espace d'un instant, l'impression d'être plus forts. Pourquoi les en priver ? Ce n'est pas leur rendre service que d'ajouter de l'anxiété à leur univers. Ils apprendront bien assez vite qu'il existe de vrais fusils qui blessent les gens. Et qu'il y a une différence entre le jeu et la réalité. C'est étrange que l'on soit si souvent convaincu que les jeux des enfants sont une répétition de ce que ceux-ci feront plus tard dans la vie. Dans l'écrasante majorité des cas, ça n'a rien à voir. Ce n'est qu'un jeu ! ◂

© Jonathan Trudel, *L'actualité*, Éditions Rogers Media.

Reproduit en vertu de l'entente CANCOPY de 1999 à 2004 conclue avec les écoles pancanadiennes et qui a été prolongée à compter du 26 août 2004.

À l'écrit

Informer ou faire peur?

Question d'anticipation

D'après vous, les articles des journalistes représentent-ils une perspective réaliste du monde? Pourquoi?

La Presse

INFORMER OU FAIRE PEUR?

Tireur embusqué, rage au volant, enlèvements, drogue... Les histoires qui font peur sont aux médias d'information ce que la caféine est au café: un ingrédient clé qui stimule les neurones... et qui fidélise la clientèle. Mais comme c'est le cas pour la caféine, les excès sont-ils nocifs?

NICOLAS BÉRUBÉ
nberube@lapresse.ca

Photo AFP

1 Aux États-Unis, la grippe fait chaque année autant de victimes que les meurtres. Environ 20 000 personnes succombent à chacun de ces fléaux.
2 Pourtant, l'attention que les médias leur portent est extrêmement différente. Pouvez-vous imaginer un spécial «grippe» sur CNN, avec médecins invités et familles des victimes? À la une du *New York Times*: «Week-end meurtrier : la grippe fait cinq morts»? La grippe laisse indifférent, alors que les meurtres – horribles, imprévisibles, impardonnables – font peur.

3 « Depuis toujours, faire peur aux gens est la meilleure façon de capter leur attention,' affirme Barry Glassner, auteur du livre *The Culture of Fear : Why Americans are Afraid of the Wrong Things*, un ouvrage sur le phénomène des peurs dans les médias. En soi, il est tout à fait normal que les médias parlent de ce qui nous fait peur. Le problème survient lorsqu'ils abusent de cette peur, et lorsqu'ils la créent, bien souvent sans s'en rendre compte. »

4 Un des exemples favoris de M. Glassner est l'importance de la couverture médiatique réservée aux homicides. Durant les années 1990, le taux d'homicide a baissé de 20% aux États-Unis. Mais au cours de cette période, le nombre de reportages sur des meurtres diffusés aux bulletins de nouvelles des grandes chaînes a bondi de 600%. « Résultat : dans les sondages, les gens sont persuadés que les meurtres sont plus nombreux qu'avant, dit-il. Cette distorsion de la réalité influence tout, des choix politiques jusqu'à l'économie. »

Les seins meurtriers

5 Autre sujet controversé : les implants mammaires en silicone. Selon les spécialistes, ils ne sont pas dangereux. *Le Journal of the National Cancer Institute* a passé en revue plus de 100 études sur leur prétendue toxicité, et en est arrivé à la conclusion qu'il n'y avait aucun lien entre les implants mammaires et le cancer du

sein. Dans cette foulée, le *Journal of the American Medical Association* a affirmé que c'était plutôt les habitudes de vie des femmes qui portent des implants qui causaient problème. En effet, ces dernières ont tendance à boire plus, à utiliser plus de teinture pour cheveux et à prendre la pilule anticonceptionnelle davantage que les autres femmes.

6 Mais ces conclusions n'ont pas fait les manchettes. « Le problème, c'est que les nouvelles qui font peur se retrouvent en une, mais que les nouvelles qui dégonflent le ballon de la peur sont placées au fond des journaux, explique M. Glassner. Résultat : les gens ont des peurs irrationnelles, qui sont déconnectées des dangers réels qui les entourent. »

7 Selon Inge F. Goldstein, professeure au département d'épidémiologie de l'Université Columbia, et coauteure du livre *How Much Risk? A Guide to Understanding Environmental Health Hazards*, les médias ont tendance à sauter aux conclusions, et à éviter de responsabiliser leurs lecteurs. « C'est bien plus attrayant de faire porter le blâme sur un produit, sur les grandes compagnies, ou sur le gouvernement que sur les épaules des gens eux-mêmes, dit-elle. Même des journaux réputés comme le *New York Times* commettent ces erreurs. »

8 Il n'y a pas que les médias qui gonflent le ballon de la peur, dit-elle. Il y a aussi les groupes de pression, qui font peur aux gens pour faire passer leur message. Et les spécialistes du marketing, qui créent de nouvelles peurs pour faire mousser leurs produits. Sans parler des compagnies d'assurances, des compagnies pharmaceutiques qui trouvent de nouvelles maladies à chaque mois.

Sujets futiles

9 D'où vient le problème ? M. Glassner montre du doigt un certain laxisme chez les journalistes, qui n'ont pas le temps ou l'énergie requis pour fouiller autre chose que les petits bobos du quotidien. « Il est infiniment plus simple de parler de la rage au volant que de commencer à vous poser des questions sur le fait que des millions d'Américains n'ont aucune assurance médicale, ou pourquoi des millions d'enfants arrivent à l'école le ventre vide. »

10 Cette situation fait l'affaire de bien du monde, à commencer par les politiciens, soutient-il. « Les politiciens, c'est bien connu, adorent commenter les choses sans importance : ce n'est pas dangereux, et ça ne leur coûte pas de vote. »

Canadiens mieux informés

11 Au Canada, la population est mieux informée au sujet des crimes que chez nos voisins du Sud. Une étude sur le sujet publiée l'an dernier par Statistique Canada signale qu'après 10 ans de décroissance du taux d'homicide, les Canadiens sont de plus en plus nombreux à affirmer que la criminalité est en baisse.

12 Mais Julian Roberts, professeur au département de criminologie de l'Université d'Ottawa et auteur de l'étude, croit que la lentille des médias continue de déformer notre vision de la société. « Durant nos recherches, nous avons demandé aux gens de nous nommer les principaux crimes commis au Canada, dit-il. Les réponses étaient effrayantes : meurtres, viols, attaques à main armée… Dans les faits, ces crimes sont rares, si on compare leur nombre à la quantité de vols dans les maisons et de vols à l'étalage. »

Mettre en perspective

13 « Les journaux sont incapables apparemment de faire la distinction entre un accident de bicyclette et le déclin d'une civilisation » a un jour écrit l'auteur George Bernard Shaw. Cette maxime est encore trop souvent vérifiable de nos jours, disent les experts. D'ailleurs, ce n'est pas tant le sensationnalisme que l'absence de perspective qui les agace. Il faudrait que les médias aient le réflexe de situer une nouvelle dans un contexte général, plutôt que de la balancer telle quelle aux yeux du monde, disent-ils.

14 « C'est correct de parler d'un accident, mais c'est aussi correct de rappeler aux gens que les accidents sont en baisse. Les médias — de peur de minimiser leur nouvelle — le font rarement. Les journalistes observent les événements autour d'eux, puis essayent de tirer des conclusions et d'identifier des nouveaux problèmes de la société, croit Barry Glassner. C'est un jeu risqué. Pourquoi constamment chercher de nouveaux problèmes — de nouvelles peurs ? Ils devraient plutôt se pencher sur ceux qu'on connaît déjà mais qui ne se règlent pas. »

© Nicolas Berubé, *La Presse*.
Reproduit en vertu de l'entente CANCOPY de 1999 à 2004 conclue avec les écoles pancanadiennes et qui a été prolongée à compter du 26 août 2004.

Bibliographie

BÉRUBÉ, Nicolas. « Informer ou faire peur? », *La Presse*, lundi 21 octobre 2002, p. B1-B2.

« Récompensationnel : Voyager plus loin, plus vite avec Aéroplan. », *L'actualité*, vol. 28, nº 12, août 2003, p. 10.

STOSSEL, Scott. « La télévision qui tue », *L'actualité*, vol. 23, nº 2, février 1998, p. 66-70.

TREMBLAY, Michel. « Mister Joe », *Les Vues animées*, Ottawa, Leméac Éditeur, 1990, p. 117-123.

TRIGONE ANIMATION. *Solidaires face à l'itinérance*, [en ligne], (page consultée le 9 septembre 2003), http://www.itinerance.info/affichage.html

TRUDEL, Jonathan. « Vive les jeux violents! », *L'actualité*, vol. 28, nº 11, juillet 2003, p. 20-22.

Médiagraphie

RIVARD, Michel. « Marchand de bonheur », *Michel Rivard*, Montréal, Disques Audiogram, 1989.

Clé de correction

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Compréhension orale

L'influence des médias

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3347-2

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Table des matières

Introduction 1

Modalités de correction 2

- Compilation des notes 2
- Préparation à la correction 2
- Cas particulier durant l'administration du test 3
- Cas particuliers durant la correction 3
- Descripteurs des niveaux de performance 3

Résultats d'apprentissage 4

Tâches et réponses 5

Introduction

Du 12 au 14 janvier 2005, les élèves de secondaire 4 du Programme scolaire d'immersion française ont passé le *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Le test évalue les compétences des élèves dans trois domaines :

- la Compréhension orale,
- la Compréhension écrite,
- la Production écrite.

Le présent document traite de la Compréhension orale. Il présente les modalités de correction dont la personne correctrice doit tenir compte afin de faire une évaluation juste et équitable des réponses des élèves.

Dans ce document vous trouverez :

- les modalités de correction,
- les résultats d'apprentissage faisant l'objet de l'évaluation,
- les tâches de compréhension et les réponses possibles.

Vous trouverez aux pages 2 et 3 les modalités de correction. L'application des modalités repose sur une bonne connaissance des résultats d'apprentissage, du discours et des tâches.

À la page 4, vous trouverez le tableau des résultats d'apprentissage évalués en Compréhension orale. Ce tableau reprend l'information présentée dans la trousse *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*[1].

Le document audiovisuel choisi ainsi que les tâches de compréhension correspondent au résultat d'apprentissage général et aux résultats d'apprentissage spécifiques de secondaire 4 retenus pour ce test.

Pour la majorité des tâches de compréhension, il y a plus d'une réponse possible. Quoique plusieurs exemples soient offerts, il est impossible de prévoir toutes les réponses acceptables. Ainsi, la personne correctrice est souvent appelée à porter un jugement sur la qualité de la réponse de l'élève.

À partir de la page 5, vous trouverez les réponses possibles pour chacune des tâches correspondant au document retenu. Ces réponses ne sont que des pistes pour guider la correction.

Veuillez vous référer au disque DVD qui a été envoyé avec les documents du test.

---

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, mai 2000.

Dans la marge de droite de la clé de correction, en plus de la pondération accordée à chaque tâche, vous trouverez un code qui précise le résultat d'apprentissage général, le résultat d'apprentissage spécifique et l'indicateur de performance visés. La lecture des codes se fait à l'aide du tableau à la page 4 de ce document. Par exemple, le code CO1-A-1 se lit ainsi :

- Le CO1 fait référence au résultat d'apprentissage général : L'élève sera capable de comprendre des discours oraux et de décoder des messages sonores/visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'information.

- Le A fait référence au premier résultat d'apprentissage spécifique : L'élève sera capable de dégager les éléments qui mettent en évidence l'objectivité [et/]ou la subjectivité dans la présentation des faits [dans des reportages, des entrevues, des documentaires].

- Le 1 fait référence au premier indicateur de performance correspondant à la norme : L'élève dégage le sujet et les aspects traités.

Modalités de correction

Compilation des notes

Les deux domaines de compréhension (Compréhension orale et Compréhension écrite) comptent pour 50 % de la note du test officiel. Pour ces deux domaines de test, l'élève obtiendra une note sur un total possible de 25 points (total en compréhension). La personne correctrice pourra utiliser le tableau à la fin de la *Clé de correction, Compréhension écrite,* afin de transposer cette note de l'élève sur 50 points.

Préparation à la correction

La personne correctrice tiendra compte des modalités suivantes :

- Bien connaître les résultats d'apprentissage généraux, les résultats d'apprentissage spécifiques et les indicateurs de performance présentés dans le tableau à la page 4.
- Visionner *L'empire des marques,* le documentaire relié à cette partie du test (se référer au disque DVD qui a été envoyé avec les documents du test).
- Étudier le présent document afin de bien comprendre les tâches de compréhension et les réponses possibles.
- Tenir compte du fait que l'évaluation de la Compréhension orale vise surtout le contenu et l'organisation de la réponse de l'élève.

Cas particulier durant l'administration du test

- ***Tricherie :*** Dans le cas d'un élève qui se fait prendre à tricher, la note zéro sera accordée pour le domaine en question. **La personne coordonnatrice responsable de la correction locale** noircit « Cas de tricherie » sur la feuille de notation et accorde à l'élève la note zéro pour chacune des tâches de la Compréhension orale.

Cas particuliers durant la correction

Il se peut que les cas particuliers suivants se présentent :

- ***Pas de réponse :*** Dans le cas d'un élève qui n'a pas fourni de réponse, il faut noircir « PR » sur la feuille de notation. Toutefois, au moment du calcul des résultats, l'élève obtient la note zéro.
- ***Réponse incompréhensible :*** Lorsque la réponse de l'élève est dépourvue de sens, il faut accorder la note zéro.
- ***Mots anglais ou anglicismes dans la réponse :*** Étant donné que cette partie du test porte sur la compréhension, l'élève qui, à l'occasion, utilise des mots anglais ou des anglicismes ne sera pas pénalisé pourvu que ceux-ci ne nuisent pas à la clarté de la réponse. Cependant, dans un cas extrême où la réponse est écrite plutôt en anglais, il faut accorder la note zéro.
- ***Réponse illisible :*** Lorsque la calligraphie est quasi indéchiffrable, il faut accorder la note zéro.
- Toute irrégularité doit être portée à l'attention de la personne responsable de la correction.
- Si la personne correctrice éprouve de la difficulté à évaluer une réponse, elle ne doit pas hésiter à consulter la personne responsable de la correction. Toutefois, avant de consulter, la personne correctrice doit relire les directives et les réponses relatives à cette tâche. Si elle a encore des doutes, elle doit se poser deux questions :

  1. Est-ce que l'élève a fait la tâche en respectant les exigences?
  2. L'élève démontre-t-il par sa réponse une compréhension du document visionné?

  Si la réponse à ces deux questions est « oui », il est fort probable que la réponse de l'élève est correcte.

Descripteurs des niveaux de performance

Différents types de tâches sont proposés aux élèves. Certaines réponses seront corrigées à partir de réponses possibles, d'autres à partir de descripteurs reliés à des niveaux de performance (la 4e tâche, par exemple). Ces descripteurs permettront à la personne correctrice de mieux évaluer le traitement de l'information.

Résultats d'apprentissage[1]

Compréhension orale, secondaire 4		
Résultats d'apprentissage généraux	**Résultats d'apprentissage spécifiques**	**Indicateurs de performance correspondant à la norme**
CO1 L'élève sera capable de comprendre des discours oraux et de décoder des messages sonores/visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'information.	**A** L'élève sera capable de dégager les éléments qui mettent en évidence l'objectivité [et/]ou la subjectivité dans la présentation des faits [dans des reportages, des entrevues, des documentaires].	1. L'élève dégage le sujet et les aspects traités. 2. L'élève met en évidence les idées principales et secondaires. 3. L'élève dégage l'intention du discours en s'appuyant sur la structure de celui-ci. 4. L'élève dégage le point de vue des intervenants en s'appuyant sur les indices qui traduisent l'objectivité et/ou la subjectivité tels que titre, choix de l'information, ton, images, montage, trame sonore, etc. 5. L'élève fait part de sa réaction en la justifiant à partir d'éléments appropriés du discours.
CO2 L'élève sera capable de comprendre des discours oraux et de décoder des messages sonores/visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'imaginaire, de divertissement et d'esthétique.	**A** L'élève sera capable d'analyser la relation entre les différents éléments d'un film ou d'une pièce de théâtre, tels qu'intrigue, cadre, dialogue, personnages, thèmes. **B** L'élève sera capable de discuter du traitement des thèmes et des valeurs présentés dans un film ou une pièce de théâtre.	1. L'élève établit et explique la relation entre les différents éléments d'un film ou d'une pièce de théâtre, tels que l'intrigue, le cadre et la psychologie des personnages. 2. L'élève dégage les thèmes et les valeurs véhiculés dans un film ou une pièce de théâtre. 3. L'élève fait part des sentiments, des émotions et des opinions que suscitent les thèmes, les valeurs et leur traitement. 4. L'élève justifie sa réaction en s'appuyant sur les éléments appropriés du film ou de la pièce de théâtre.

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, mai 2000.

Codes et pondération de chaque tâche :

Tâches et réponses

L'empire des marques

1. Encerclez la lettre de l'énoncé qui résume le mieux le sujet traité dans le documentaire.

CO1-A
1, 2
1 pt

a) Les marques s'adressent à la majorité des consommateurs d'aujourd'hui.

b) Les marques font partie intégrante de la cacophonie médiatique.

c) Les marques sont passées du marketing des produits au marketing des idées.

d) Les marques évoquent le désir de trouver un sens d'appartenance.

DIRECTIVES

- Accordez un (1) point si l'élève a la bonne réponse.
- N'accordez aucun point si l'élève a encerclé plus d'une lettre.

maximum : 1 point

RÉPONSE

c)

Codes et pondération de chaque tâche :

CO1-A
3, 4
2 pt

2. Le réalisateur du documentaire, Michel Pelletier, adopte une approche subjective pour présenter son point de vue.

   Expliquez comment son approche subjective est mise en évidence. Votre explication doit s'appuyer sur des éléments du documentaire tels que le contenu, les images, le montage, la trame sonore, la narration et le choix d'intervenants.

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie la subjectivité du réalisateur en s'appuyant sur des éléments pertinents du documentaire tels que le contenu, les images, le montage, la trame sonore, la narration et le choix des intervenants.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle la subjectivité du réalisateur en s'appuyant sur certains éléments du documentaire.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

ÉLÉMENTS DE RÉPONSES POSSIBLES

- Pelletier présente les marques plus comme des propagandistes d'idées que comme des promoteurs de produits, sans offrir aux spectateurs un point de vue contraire ou tout au moins mitigé. Il fait valoir sa position en posant de nombreuses questions qui guident les spectateurs vers les conclusions qu'il désire :

  « Les marques sont-elles nos nouveaux maîtres à penser? »
  « Peuvent-elles devenir notre ultime référence dans un monde qui perd ses repères? »
  « Avons-nous démissionné de notre rôle d'êtres pensants? »
  « Récupérées par le commerce, les grandes idées vont-elles s'appauvrir? »

- Pelletier a choisi des intervenants qui appuient son propre point de vue : Pascal Bruckner parle de scandale alors que les grandes entreprises tentent de nous vendre des valeurs morales et philosophiques. Naomi Klein déplore les campagnes publicitaires qui traitent les idées comme des produits de consommation.

- La narratrice fait plusieurs assertions qui n'ont que le fondement des opinions de Pelletier et celles des intervenants qu'il a choisis :

  « Les marques sont nos nouveaux clans [...] un début de définition de nous-mêmes. »
  « Le discours des marques est de plus en plus présent et on entend de moins en moins la voix des philosophes. »
  « ... la force de frappe du monde de la marque semble largement supérieure à celle du monde des idées. »
  « Le monde selon les marques est un monde de séduction et de facilité ... »

(suite à la page 7)

Codes et pondération de chaque tâche :

- Le montage de Michel Pelletier est fait de telle façon qu'il appuie son point de vue à l'exclusion de tout autre : des images de marques assaillent les spectateurs continuellement, créant même un certain malaise. Pelletier a voulu ainsi atteindre les spectateurs subjectivement par un impact visuel tout aussi envahissant que celui qu'il accuse d'être le monde des marques.

- La musique thème, genre techno, est très engageante et sous-tend effectivement la rapidité des images. La narration est toujours faite sur un fond de musique électronique qui crée une atmosphère de suspense, d'attente. Dans l'ensemble, la musique suscite des sentiments d'hypertension, ce qui peut mieux inciter les spectateurs à croire qu'ils sont manipulés par les marques.

- Voulant toujours mettre en valeur son point de vue, et seulement le sien, Pelletier a judicieusement choisi de donner en exemple des marques telles que Coca Cola, Chanel, Pepsi, Roots et Benetton, qui sont parmi les compagnies qui ont le plus tendance à associer la vente de leurs produits à des idées et des valeurs.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du documentaire

Codes et pondération de chaque tâche :

CO1-A 3 et CO2-A 1 et CO2-B 2 2 pt

3. Choisissez soit l'annonce publicitaire de Chanel N° 5 (Le petit chaperon rouge), soit celle de Coca-Cola (Les ours polaires).

   Expliquez comment cette annonce publicitaire influence le consommateur à acheter le produit en vous appuyant sur des éléments tels que le thème exploité, les images, les symboles, la trame sonore et les valeurs véhiculées dans l'annonce.

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie comment l'annonce publicitaire influence le consommateur en s'appuyant sur des éléments pertinents de l'annonce tels que le thème exploité, les images, les symboles, la trame sonore et les valeurs véhiculées dans l'annonce choisie.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle comment l'annonce publicitaire influence le consommateur en s'appuyant sur certains éléments de l'annonce choisie.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

ÉLÉMENTS DE RÉPONSES POSSIBLES

Chanel N° 5

- L'histoire du petit chaperon rouge est solidement ancrée dans la culture de l'Occident; elle est connue de la grande majorité des gens. Chanel ne peut pas « manquer son coup » en l'employant pour vendre son produit sur trois des continents : l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud.
- Le petit chaperon rouge est une femme, belle, sexy, blonde, vêtue d'une robe très courte et rouge (bien sûr). Cette femme au regard séduisant qui bouge de façon alléchante choisit le parfum Chanel N° 5 qu'elle place dans son petit panier. Le message aux consommatrices est clair : si vous voulez être séduisantes vous aussi, achetez du Chanel N° 5. Le message aux hommes est d'offrir du Chanel N° 5 à la femme dans leur vie afin qu'elle soit tout aussi alléchante que « le petit chaperon rouge » de l'annonce.
- Comme dans l'histoire, le méchant loup apparaît dans l'annonce; il semble bien menaçant. Cependant, le petit chaperon rouge, qui a choisi le Chanel N° 5, maîtrise aisément la bête qui déplore par ses hurlements le départ de sa maîtresse. L'analogie : la femme qui emploie Chanel N° 5 saura bien maîtriser les hommes (les loups) dans sa vie.
- Le petit chaperon rouge arrive dans un décor fantaisiste, ultramoderne. Elle ouvre électroniquement une porte qui l'introduit dans une chambre baignée dans une lumière dorée, la couleur du parfum qui est annoncé. Le produit est immédiatement associé à la fantaisie et à la modernité. On cherche à capter l'imagination du consommateur.
- Le décor devient ensuite grandiose avec les énormes portes qui s'ouvrent sur Paris enneigé. La chambre suppose la richesse, le luxe et, par extension, le pouvoir. L'annonce laisse sous-entendre que quiconque achète du Chanel N° 5 s'associe à la richesse et au pouvoir.

(suite à la page 9)

Codes et pondération de chaque tâche :

- La toile de fond musicale est du chant choral qui ajoute une note de majesté à un ensemble visuel déjà majestueux. L'auditeur ressent même un ton religieux : l'association du produit à de tels sentiments ne peut certainement pas nuire à la vente.
- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des références à l'annonce choisie

Coca-Cola

- La première image de l'annonce révèle la pleine lune dans un ciel étoilé où dansent des aurores boréales. On voit ensuite deux ours polaires adultes qui, d'un grognement approbateur, semblent s'entendre sur une décision. La curiosité du spectateur est piquée : de quoi peut-il bien s'agir? On s'aperçoit vite, en voyant la mère aller réveiller ses oursons endormis, que les parents ont décidé de partager le merveilleux spectacle céleste avec leurs petits. Ce spectacle naturel devient encore plus merveilleux lorsque le père ouvre des bouteilles de Coca-Cola; c'est alors que le ciel s'illumine de couleurs : le pétillement du Coke est associé au pétillement des feux d'artifice.
- Les parents partagent leur Coke avec les enfants. La famille d'ours, qui nous apparaît tellement unie et heureuse, s'installe pour regarder le spectacle d'un feu d'artifice tout comme le ferait une famille d'humains, tellement unie et heureuse, en partageant du Coke, bien entendu. En faisant la promotion de valeurs telles que le partage et l'unité familiale, Coca-Cola cherche à convaincre les consommateurs que son produit est digne d'être acheté. De plus, en associant son produit à des valeurs traditionnelles, Coca-Cola met également en valeur sa longue tradition comme entreprise commerciale.
- Les petits oursons blancs blottis dans les bras de leurs parents sympathiques en buvant du Coke sont tout aussi gentils et coquets que les oursons en peluche que les spectateurs de l'annonce aiment caresser et peloter. Le produit est alors associé à la douceur et la tendresse, des sentiments qui font la promotion de l'achat.
- Les ours polaires habitent dans une région très froide du globe; en leur faisant déguster du Coca-Cola, on établit par association que la boisson est froide et rafraîchissante. Le consommateur est ainsi invité à se rafraîchir avec du Coca-Cola, tout comme les gentils ours.
- La musique orchestrale du thème de Coca Cola qui monte en crescendo au moment des feux d'artifice crée une atmosphère de célébration et de joie.
- La technologie employée pour réaliser le visuel de cette annonce est impressionnante pour ceux qui s'intéressent aux ordinateurs et à l'informatique.
- À la fin de l'annonce, au moment précis où l'on entend et l'on voit au bas de l'écran une bouteille de Coke se faire décapsuler, et d'où jaillit le liquide rafraîchissant, les parents ours nous regardent avec une expression voulant dire : « Et vous, qu'attendez-vous pour en faire autant? ». C'est très parlant comme finale.
- Il s'établit une complicité entre les ours et le spectateur tout au long de l'annonce dans le but d'influencer ce dernier à acheter le produit.
- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des références à l'annonce choisie

Codes et pondération de chaque tâche :

4. Les commentaires de la narratrice, tout comme ceux de la journaliste Naomi Klein et ceux du philosophe Pascal Bruckner, laissent entendre que « les marques ont dépassé les bornes[1] ».

CO1-A
5
3 pt

Partagez-vous ce point de vue?

Justifiez votre réaction en vous appuyant sur
- des références précises du documentaire **et**
- vos connaissances/expériences personnelles.

DIRECTIVES

- Attribuez un niveau de performance à la réponse de l'élève selon les descripteurs fournis.
- Notez que le regard porté sur la réponse de cette tâche tient particulièrement compte de la dimension qualitative de la réponse.

maximum : 3 points

DESCRIPTEURS DES NIVEAUX DE PERFORMANCE

Troisième niveau

Accordez trois (3) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension approfondie de la place qu'occupe la publicité dans la société d'aujourd'hui. L'élève justifie sa réaction de façon réfléchie en intégrant judicieusement dans sa réponse des éléments pertinents du documentaire (telles que le point de vue du réalisateur, les arguments ou les aspects paraphrasés ou repris sous une forme de synthèse, les références ou les citations directes ou indirectes, certaines images, les slogans, la trame sonore) **et** en s'appuyant, explicitement ou implicitement, sur ses connaissances/expériences personnelles.

Deuxième niveau

Accordez deux (2) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une bonne compréhension de la place qu'occupe la publicité dans la société d'aujourd'hui. L'élève justifie sa réaction de façon logique en intégrant dans sa réponse des éléments pertinents du documentaire **et/ou** en s'appuyant, explicitement ou implicitement, sur ses connaissances/expériences personnelles. L'élève qui s'appuie seulement sur ses connaissances/expériences personnelles n'obtient qu'un point.

Premier niveau

Accordez un (1) point au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension superficielle de la place qu'occupe la publicité dans la société d'aujourd'hui. L'élève justifie sa réaction de façon simpliste en intégrant dans sa réponse certains éléments du documentaire **ou** en s'appuyant sur ses connaissances/expériences personnelles.

Accordez la note de zéro (0) si l'élève ne fait pas la tâche exigée ou si sa réponse est hors sujet.

(suite à la page 11)

[1] Les limites

Codes et pondération de chaque tâche :

RÉPONSES POSSIBLES

Oui, je partage ce point de vue.

- Dans notre économie, le but du commerce, c'est l'échange d'argent entre producteurs et consommateurs pour des biens et des services. On peut même dire que cet échange définit les bornes, les limites de la relation entre producteurs et consommateurs.
- Lorsque, comme nous l'indique Pascal Bruckner, « … le marché dépasse le cadre de l'échange et du négoce et essaie d'apparaître comme celui qui a la solution aux grands problèmes du monde », on peut dire que les marques dépassent les bornes.
- Lorsque, comme nous le dit Naomi Klein, la marque passe d'une entité commerciale pour devenir « l'infrastructure culturelle » dans laquelle « nous devenons tous des supports de la marque », on peut dire que les bornes ont été dépassées.
- Lorsque les marques viennent combler un besoin d'un sens d'identité et d'appartenance, comme le dit Klein, plutôt que simplement répondre à un besoin de se nourrir, de se vêtir, de se laver, de se déplacer, etc., on peut dire que les bornes ont été dépassées.
- Lorsque des compagnies comme Benetton se portent défendeurs de grandes causes humanitaires afin de mieux vendre leurs produits, c'est à se demander si ce genre de publicité ne dépasse pas les bornes en exploitant les faiblesses et la misère humaines.
- Lorsque, comme nous le fait remarquer la narratrice, « … la force de frappe du monde de la marque semble largement supérieure à celle du monde des idées » et que les plus jeunes font des marques « leurs références et leur nourriture spirituelle », on peut dire que les bornes ont été largement dépassées et que la société accuse un échec.
- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du documentaire et sur des expériences/connaissances personnelles

Non, je ne partage pas ce point de vue.

- La relation entre les marques et les consommateurs dépasse le domaine strictement commercial de « l'échange et du négoce » (pour employer les mots de Pascal Bruckner). Cette relation se situe aussi dans le domaine des valeurs alors que les consommateurs développent de la confiance dans des marques de produits de qualité. L'excellence et la fiabilité de ces marques leur gagnent la loyauté des consommateurs. De leur côté, les marques doivent faire preuve d'intégrité en maintenant la qualité de leurs produits et en cherchant à les améliorer même. Les compagnies se doivent de répondre à toutes les plaintes des consommateurs honnêtement et promptement. Il est donc normal pour des entreprises commerciales de vouloir être perçues favorablement par le public. C'est pourquoi il n'y a pas lieu de croire qu'elles dépassent les bornes en voulant s'associer à des idées et à des valeurs que les consommateurs tiennent à cœur.

(suite à la page 12)

Codes et pondération de chaque tâche :

- Il est évident qu'on s'attend à ce que les marques vont répondre aux besoins pratiques pour lesquels les produits qu'elles représentent ont été créés. Cependant, ces produits viennent à faire partie du vécu des consommateurs et ce vécu est caractérisé non seulement par du pratico-pratique, mais aussi par de l'émotivité. Ainsi, des propriétaires de motos Harley-Davidson, de véhicules de plaisance (RV) Airstream ou de voitures Corvette organisent des rallyes pour combler un besoin d'appartenance. Des jeunes comblent un besoin d'identité et d'appartenance en portant des vêtements des marques « designer ». Des hommes et des femmes affirment leur individualité en portant un parfum ou une eau de toilette qui les distingue. Naomi Klein le dit bien : « … ce que les gens cherchent, c'est un sens, une appartenance; ils veulent faire partie d'un groupe. Ils cherchent quelque chose au-delà de la marque ». Il n'y a pas de raison pour autant d'y voir du mal ou de croire que des bornes ont été dépassées par les marques qui comblent ces besoins.
- Bruckner a raison de déplorer cette « spiritualité marchande » alors que le marché « … essaye d'apparaître comme celui qui a la solution aux grands problèmes du monde ». Aux yeux de plusieurs personnes, c'est vraiment dépasser les bornes; cependant, dans une société de consommation et de matérialisme telle que la nôtre, il n'est pas surprenant que certains chercheront à combler ce besoin si fondamentalement humain tant bien que mal où ils le pourront. Il est regrettable que la société n'arrive pas à fournir à tous ses membres les moyens de répondre à leurs besoins les plus essentiels. Naomi Klein le dit bien : « C'est un fait que les marques comblent un besoin, mais en tant que société nous devons accepter une part de responsabilité pour le fait que nous n'arrivons pas à combler ce besoin nous-mêmes ». Si les marques semblent dépasser les bornes dans le domaine de la spiritualité, c'est qu'elles sont amenées à combler un vide qu'il revient à d'autres de combler.
- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du documentaire et sur des expériences/connaissances personnelles

Position mitigée

- Acceptez toute réponse qui exprime à la fois un accord et un désaccord avec des références au documentaire et à des connaissances/expériences personnelles qui justifient l'une et l'autre des positions.

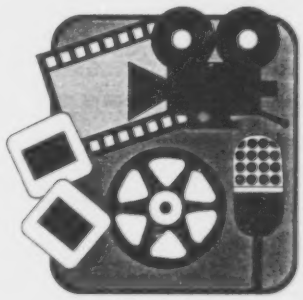
Clé de correction

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Compréhension écrite

L'influence des médias



Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3349-9

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Table des matières

Introduction 1

Modalités de correction 3

- Compilation des notes 3
- Préparation à la correction 3
- Cas particulier durant l'administration du test 3
- Cas particuliers durant la correction 3
- Descripteurs des niveaux de performance 4

Résultats d'apprentissage 5

Tâches et réponses 6

Tableau pour transposer la note de l'élève sur 50 points 25

Introduction

Du 12 au 14 janvier 2005, les élèves de secondaire 4 du Programme scolaire d'immersion française ont passé le *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Le test évalue les compétences des élèves dans trois domaines :

- la Compréhension orale,
- la Compréhension écrite,
- la Production écrite.

Le présent document traite de la Compréhension écrite. Il présente les modalités de correction dont la personne correctrice doit tenir compte afin de faire une évaluation juste et équitable des réponses des élèves.

Dans ce document vous trouverez :

- les modalités de correction,
- les résultats d'apprentissage faisant l'objet de l'évaluation,
- les tâches de compréhension et les réponses possibles,
- le tableau pour transposer la note de l'élève.

Aux pages 3 et 4, vous trouverez les modalités de correction. L'application des modalités repose sur une bonne connaissance des résultats d'apprentissage, des textes retenus et des tâches.

À la page 5, vous trouverez le tableau des résultats d'apprentissage évalués en Compréhension écrite. Ce tableau reprend l'information présentée dans la trousse *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*[1].

Les textes choisis ainsi que les tâches de compréhension correspondent aux résultats d'apprentissage généraux et aux résultats d'apprentissage spécifiques de secondaire 4 retenus pour ce test.

Pour la majorité des tâches de compréhension, il y a plus d'une réponse possible. Quoique plusieurs exemples soient offerts, il est impossible de prévoir toutes les réponses acceptables. Ainsi, la personne correctrice est souvent appelée à porter un jugement sur la qualité de la réponse de l'élève.

À partir de la page 6, vous trouverez les réponses possibles pour chacune des tâches correspondant aux textes retenus. Ces réponses ne sont que des pistes pour guider la correction.

Veuillez vous référer au document *Recueil de textes, L'influence des médias* pour ce qui est des textes retenus et des autres textes.

---

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, mai 2000.

Dans la marge de droite de la clé de correction, en plus de la pondération accordée à chaque tâche, vous trouverez un code qui précise le résultat d'apprentissage général, le résultat d'apprentissage spécifique et l'indicateur de performance visés. La lecture des codes se fait à l'aide du tableau à la page 5 de ce document. Par exemple, le code CÉ1-A-1 se lit ainsi :

- Le CÉ1 fait référence au résultat d'apprentissage général : L'élève sera capable de comprendre des textes écrits et de décoder des messages visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'information.
- Le A fait référence au premier résultat d'apprentissage spécifique : L'élève sera capable de dégager les relations de supposition, de conséquence, de condition, de concession dans des textes tels que dossiers, articles analytiques, articles argumentatifs.
- Le 1 fait référence au premier indicateur de performance correspondant à la norme : L'élève dégage la thèse présentée.

Modalités de correction

Compilation des notes

Les deux domaines de compréhension (Compréhension orale et Compréhension écrite) comptent pour 50 % de la note du test officiel. Pour ces deux domaines de test, l'élève obtiendra une note sur un total possible de 25 points (total en compréhension). La personne correctrice pourra utiliser le tableau à la page 25 dans le présent document afin de transposer cette note de l'élève sur 50 points.

Préparation à la correction

La personne correctrice respectera les lignes directrices suivantes :

- Bien connaître les résultats d'apprentissage généraux, les résultats d'apprentissage spécifiques et les indicateurs de performance présentés dans le tableau à la page 5.
- Relire les textes suivants, qui se trouvent dans le document *Recueil de textes, L'influence des médias :* « Marchand de bonheur », « Mister Joe », « La télévision qui tue ».
- Prendre connaissance des deux affiches publicitaires au sujet de l'itinérance et d'Aéroplan.
- Étudier le présent document afin de bien comprendre les tâches de compréhension et les réponses possibles.
- Tenir compte du fait que l'évaluation de la Compréhension écrite vise surtout le contenu et l'organisation de la réponse de l'élève.

Cas particulier durant l'administration du test

- ***Tricherie :*** Dans le cas d'un élève qui se fait prendre à tricher, la note zéro sera accordée pour le domaine en question. **La personne coordonnatrice responsable de la correction locale** noircit « Cas de tricherie » sur la feuille de notation et accorde à l'élève la note zéro pour chacune des tâches de la Compréhension écrite.

Cas particuliers durant la correction

Il se peut que les cas particuliers suivants se présentent.

- ***Pas de réponse :*** Dans le cas d'un élève qui n'a pas fourni de réponse, il faut noircir « PR » sur la feuille de notation. Toutefois, au moment du calcul des résultats, l'élève obtient la note zéro.
- ***Réponse incompréhensible :*** Lorsque la réponse de l'élève est dépourvue de sens, il faut accorder la note zéro.
- ***Mots anglais ou anglicismes dans la réponse :*** Étant donné que cette partie du test porte sur la compréhension, l'élève qui, à l'occasion, utilise des mots anglais ou des anglicismes ne sera pas pénalisé pourvu que ceux-ci ne nuisent pas à la clarté de la réponse. Cependant, dans un cas extrême où la réponse est écrite plutôt en anglais, il faut accorder la note zéro.
- ***Réponse illisible :*** Lorsque la calligraphie est quasi indéchiffrable, il faut accorder la note zéro.
- Toute irrégularité doit être portée à l'attention de la personne responsable de la correction.

- Si la personne correctrice éprouve de la difficulté à évaluer une réponse, elle ne doit pas hésiter à consulter la personne responsable de la correction. Toutefois, avant de consulter, la personne correctrice doit relire les directives et les réponses relatives à cette tâche. Si elle a encore des doutes, elle doit se poser deux questions :

  1. Est-ce que l'élève a fait la tâche en respectant les exigences?
  2. L'élève démontre-t-il par sa réponse une compréhension du texte lu?

  Si la réponse à ces deux questions est « oui », il est fort probable que la réponse de l'élève est correcte.

Descripteurs des niveaux de performance

Différents types de tâches sont proposés aux élèves. Certaines réponses seront corrigées à partir de réponses possibles, d'autres à partir de descripteurs reliés à des niveaux de performance (la 6^{e} tâche, par exemple). Ces descripteurs permettront à la personne correctrice de mieux évaluer le traitement de l'information.

Résultats d'apprentissage[1]

Compréhension écrite, secondaire 4		
Résultats d'apprentissage généraux	**Résultats d'apprentissage spécifiques**	**Indicateurs de performance correspondant à la norme**
CÉ1 L'élève sera capable de comprendre des textes écrits et de décoder des messages visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'information.	**A** L'élève sera capable de dégager les relations de supposition, de conséquence, de condition, de concession dans des textes tels que dossiers, articles analytiques, articles argumentatifs. **B** L'élève sera capable de réagir de façon critique à des textes analytiques et argumentatifs en s'appuyant sur les éléments suivants : - la valeur de l'information et la force des arguments présentés, - l'organisation du texte, - l'efficacité de l'analyse et de l'argumentation.	**Texte argumentatif** 1. L'élève dégage la thèse présentée. 2. L'élève établit les liens entre les aspects traités. 3. L'élève dégage la stratégie argumentative utilisée dans le texte. 4. L'élève analyse le bien-fondé des arguments avancés. 5. L'élève réagit à la thèse présentée en s'appuyant sur l'efficacité de l'argumentation. **Texte analytique** 6. L'élève dégage la problématique abordée. 7. L'élève établit les liens entre les aspects présentés. 8. L'élève détermine le degré d'objectivité dans l'analyse. 9. L'élève se prononce sur la valeur de l'information et sur l'efficacité de l'analyse.
CÉ2 L'élève sera capable de comprendre des textes écrits et de décoder des messages visuels dans des produits médiatiques pour satisfaire un besoin d'imaginaire, de divertissement et d'esthétique.	**A** L'élève sera capable d'analyser la relation entre différentes composantes du récit telles que thèmes, personnages, cadre, temps de narration, point de vue de narration [dans des nouvelles littéraires et des romans].	1. L'élève établit et explique la relation entre les différentes composantes du récit telles que l'intrigue, les personnages et la narration. 2. L'élève dégage les thèmes et les valeurs véhiculés. 3. L'élève fait part des sentiments, des émotions et des opinions que suscite en lui le monde imaginaire du récit. 4. L'élève justifie sa réaction en s'appuyant sur les éléments pertinents du récit.
	B L'élève sera capable de réagir aux images dans le texte poétique.	1. L'élève dégage les images évoquées dans l'univers poétique, en s'appuyant sur les champs lexicaux et les figures de style. 2. L'élève fait part des sentiments, des émotions et des opinions que suscitent les images. 3. L'élève justifie sa réaction en s'appuyant sur les éléments pertinents du texte poétique.

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, mai 2000.

Codes et pondération de chaque tâche :

Tâches et réponses

Marchand de bonheur

5. Expliquez comment le titre de la chanson est développé dans le texte en vous référant aux éléments du texte tels que le message, les champs lexicaux, les images et certaines figures de style.

CÉ2-A
2
CÉ2-B
1
2 pt

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie comment le titre *Marchand de bonheur* est développé dans le texte en se référant aux éléments pertinents du texte tels que le message, les champs lexicaux, les images et les figures de style.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle comment le titre *Marchand de bonheur* est développé dans le texte en se référant à certains éléments du texte.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

RÉPONSES POSSIBLES

Le message

- Le chansonnier souligne la relation d'interdépendance entre le vendeur et son client. Rivard accuse le vendeur d'indifférence relativement aux simples souhaits du client, et ce, dans le but d'en profiter financièrement. Par contre, le client se laisse émerveiller par les propos séduisants du vendeur et troque ainsi son vrai bonheur.

Les champs lexicaux

- Trois champs lexicaux s'entrelacent dans cette chanson pour communiquer l'idée qu'il y a marchandage de bonheur, tel que l'indique le titre.

  Le premier, avec les mots « *bonheur* », « *rêver en couleur* », « *de beaux visages* », « *de belles théories* », « *pas méchant* », identifie ce que le marchand vend, semble-t-il innocemment.

  Le deuxième, avec les mots « *un peu menteur* », « *voulez votre argent* », « *mensonge* », « *vérité se cache* », « *sous* », « *derrière* », « *faire croire* », « *venez pas me dire* », « *croirai plus* », laisse entendre que le marchand est malhonnête et qu'il vend un faux bonheur.

  Le troisième, avec les mots « *tous les jours* », « *longue vie* », « *nous suit* », « *noir et blanc* », « *routine* », « *ennui* », « *connais par cœur* », communique le message que veut faire passer M. Rivard en s'adressant au « *marchand de bonheur* », soit que le vrai bonheur se trouve simplement dans la vie de tous les jours et non dans le rêve.

(suite à la page 7)

Codes et pondération de chaque tâche :

Les images

- Rivard a recours à une apposition d'images, au premier couplet, qui oppose le bonheur du marchand à celui qu'il veut pour lui-même :

« Moi je veux mon bonheur
Sur du noir et blanc
Vous me faites rêver en couleur » (8e, 9e, et 10e vers)

Contrairement au rêve plein de faste et de couleur qu'est le bonheur du marchand, le chansonnier préfère le blanc et noir de la vraie vie.

- Au deuxième couplet, Rivard emploie des verbes imagés qui personnifient les concepts abstraits « *vérité* » et « *mensonge* ».

« La vérité se cache
Le mensonge nous suit
Derrière de beaux visages
Et sous de belles théories » (16e au 19e vers)

Il expose ainsi le bonheur mensonger du « *marchand de bonheur* ».

- Au troisième couplet, il emploie deux expressions avec le mot « *cœur* », cette partie du corps qui évoque les sentiments et qui symbolise l'engagement, la sincérité, le souci de l'autre :

« Arrêtez de me faire croire
Que c'est ma vie
Qui vous tient à cœur
Je ne vous croirai plus
Je vous connais par cœur » (37e au 41e vers)

Rivard dénonce ainsi l'absence de sincérité et l'insensibilité du « *marchand* » qui trafique un bonheur trompeur. Il déclare aussi qu'il ne sera plus le dupe de ce « *marchand de bonheur* ».

Les figures de styles

- Il y a répétition de l'expression « *marchand de bonheur* » dans les 1er et 3e couplets, ce qui met l'accent sur l'idée que le marchand de bonheur est présent dans la société pour vendre son faux bonheur.

- Le titre même est une métaphore en ce sens que le marchand vend en réalité « *de beaux visages* » et de « *belles théories* » (18e et 19e vers) qui sont en somme des produits qu'on substitue au bonheur.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte

Codes et pondération de chaque tâche :

Marchand de bonheur

6. Michel Rivard laisse entendre que le marchand de bonheur vend du rêve.

CÉ2-B
3
3 pt

Partagez-vous ce point de vue?

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

DIRECTIVES

- Attribuez un niveau de performance à la réponse de l'élève selon les descripteurs fournis.
- Notez que le regard porté sur la réponse de cette tâche tient particulièrement compte de la dimension qualitative de la réponse.

maximum : 3 points

DESCRIPTEURS DES NIVEAUX DE PERFORMANCE

Troisième niveau

Accordez trois (3) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension approfondie de la notion du rêve dans la chanson. L'élève justifie sa réaction de façon réfléchie en intégrant judicieusement dans sa réponse des éléments pertinents du texte (tels que les valeurs, la vision du monde, les champs lexicaux, les images, les figures de style) **et** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles.

Deuxième niveau

Accordez deux (2) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une bonne compréhension de la notion du rêve dans la chanson. L'élève justifie sa réaction de façon logique en intégrant dans sa réponse des éléments pertinents du texte **et/ou** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles. L'élève qui se réfère seulement à ses connaissances/expériences personnelles n'obtient qu'un point.

Premier niveau

Accordez un (1) point au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension limitée de la notion du rêve dans la chanson. L'élève justifie sa réaction de façon simpliste en intégrant dans sa réponse certains éléments du texte **ou** en se référant à ses connaissances/expériences personnelles.

Accordez la note de zéro (0) si l'élève ne fait pas la tâche exigée ou si sa réponse est hors sujet.

(suite à la page 9)

Codes et pondération de chaque tâche :

RÉPONSES POSSIBLES

Oui, je partage ce point de vue.

- Le bonheur que promet le marchand n'est pas du vrai qui colle à la réalité de
  « Tous les jours
  De notre longue vie » (14e et 15e vers)

  Le bonheur que vend, le marchand de bonheur est enveloppé de mensonge :
  « La vérité se cache
  Le mensonge nous suit
  Derrière de beaux visages
  Et sous de belles théories » (16e au 19e vers)

  C'est du rêve qu'il vend, ce marchand :
  « Vous me faites rêver en couleur » (10e vers)

  Rivard, lui, cherche un bonheur bien ancré dans la réalité de tous les jours :
  « Moi je veux mon bonheur
  Sur du noir et blanc » (8e et 9e vers)

  Sa vérité est loin du mensonge que lui propose le marchand
  « Ma vérité se cache
  Dans la routine et l'ennui » (20e et 21e vers)
  Il n'a que faire des rêves en couleur du marchand de bonheur.

- Michel Rivard se sent le dupe du marchand de bonheur trompeur :
  « Ne venez pas me dire
  Que c'est pour moi
  Que vous faites ceci » (22e, 23e et 24e vers)

  Et encore :
  « Arrêtez de me faire croire
  Que c'est ma vie
  Qui vous tient à cœur » (37e, 38e et 39e vers)

  Il reproche au marchand de rêve son mensonge, sa duperie, en concluant :
  « Je ne vous croirai plus
  Je vous connais par cœur
  Comme tous les marchands
  Comme tous les vendeurs
  Vous voulez mon argent » (31e au 35e vers)

  Rivard va même jusqu'à l'accuser de vouloir lui prendre ce qu'il a de plus précieux :
  « Vous voulez mon bonheur » (36e vers)

  Le marchand de rêve deviendrait alors un marchand de malheur.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles

(suite à la page 10)

Codes et pondération de chaque tâche :

Non, je ne partage pas ce point de vue.

- Michel Rivard nous présente le marchand de bonheur selon son point de vue, selon ses propres préjugés :

  « Cher monsieur
  Le marchand de bonheur
  Vous n'êtes pas méchant
  Juste un peu menteur » (1er au 4^{e} vers)

  Il l'accuse de malhonnêteté et de duperie :

  « La vérité se cache
  Le mensonge nous suit
  Derrière de beaux visages
  Et sous de belles théories » (16^{e} au 19^{e} vers)

  Il lui reproche de vouloir lui vendre du rêve :

  « Vous me faites rêver en couleur » (10^{e} vers)

  Rivard généralise et va jusqu'à mettre le marchand dans le même sac que tous les autres marchands :

  « Comme tous les marchands
  Comme tous les vendeurs
  Vous voulez mon argent
  Vous voulez mon bonheur » (33^{e} au 36^{e} vers)

  Cependant, ce marchand que Michel Rivard nous présente avec préjudice n'est pas nécessairement un vilain trompeur qui cherche à profiter des autres en leur vendant du rêve. Ce marchand vend peut-être ses produits sincèrement avec l'honnête conviction qu'ils vont améliorer la vie de ses clients, sans aucune intention de les tromper. C'est fort possible que ce marchand de bonheur soit vendeur de rêve seulement dans l'imagination du chansonnier.

- Ce n'est pas parce que M. Rivard ne veut ni rêve ni couleur dans la vie :

  « Moi je veux mon bonheur
  Sur du noir et blanc
  Vous me faites rêver en couleur » (8^{e}, 9^{e} et 10^{e} vers)

  et qu'il recherche la banalité :

  « Ma vérité se cache
  Dans la routine et l'ennui » (20^{e} et 21^{e} vers)

  que le marchand de bonheur est un trompeur en lui offrant de « beaux visages » (18^{e} vers) et de « belles théories » (19^{e} vers). Ces visages et ces théories font partie de la réalité; ils ne sont du rêve que dans l'esprit de ceux qui insistent à les interpréter comme tel.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles

Position mitigée

- Acceptez toute réponse qui exprime à la fois un accord et un désaccord avec des références au texte et à des connaissances/expériences personnelles qui justifient l'une et l'autre des positions.

Codes et pondération de chaque tâche :

Les affiches publicitaires de l'itinérance et d'Aéroplan

7. Choisissez l'une (1) des deux affiches publicitaires et dites comment elle est efficace.

CÉ1-A
1, 2, 3
2 pt

Expliquez votre réponse en vous référant à des éléments de l'affiche tels que le texte, l'image et les rapports entre l'image et le texte.

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie comment des éléments pertinents de l'affiche tels que le texte, l'image et les rapports entre l'image et le texte créent une affiche publicitaire efficace.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle comment certains éléments contribuent à l'efficacité de l'affiche publicitaire.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

RÉPONSES POSSIBLES

L'itinérance	Aéroplan
Texte	
• « Si on essayait de comprendre avant de préjuger » – Incite le public cible (les gens en général) à ne pas tirer des conclusions irréfléchies en voyant des itinérants. – Encourage la compréhension et l'ouverture d'esprit plutôt que les préjugés et le stéréotype. – Fait appel à la raison des gens afin de contrer cette tendance chez plusieurs de réagir émotionnellement en posant des jugements de valeur. – Fait la promotion d'une valeur sociale; il n'y a pas de but lucratif dans cette promotion.	• « Voyager plus loin, plus vite avec Aéroplan. » – Invite le public cible (les passagers de l'air) à devenir membre d'Aéroplan, car il pourra se rendre plus rapidement à un plus grand nombre de destinations. – Exprime la promotion à un but lucratif, c'est une publicité commerciale. – Permet une interprétation à double sens. C'est une intention primordiale dans cette annonce.

(suite à la page 12)

Codes et pondération de chaque tâche :

Texte (suite)	
• Le texte « Solidaires face à l'itinérance » en lettres moulées et en quelque sorte séparé de l'image tout en haut introduit le sujet de l'annonce. C'est une affirmation avec l'adjectif « solidaires » au pluriel, ce qui implique tout le monde. Par contraste, le texte, « Si on essayait de comprendre avant de préjuger », est sur l'image dans une graphie penchée avec une syntaxe plus suggestive : la conjonction « si » et le pronom « on ». Le ton, à la fois ferme et conciliant, traduit bien l'intention de convaincre et non de contraindre.	• De prime abord, l'annonce fait savoir aux consommateurs, par un jeu de mots (mot-valise), qu'avec Aéroplan ils peuvent obtenir des récompenses et que ce sera sensationnel.
• Le texte au bas de l'image situe clairement le genre de publicité dont il s'agit dans cette annonce lorsqu'on parle de « campagne », d'« initiative », de « partenariat », et de « collaboration ». Il est évident que le but n'est pas commercial.	• Le jeu continue avec le texte « Voyagez plus loin, plus vite avec Aéroplan » qui peut être interprété dans deux sens : voyager littéralement en avion et voyager émotionnellement dans une relation amoureuse.
• Ce qui est moins clairement communiqué ce sont les acronymes RAPSIM et RAIIQ. On présuppose, à tort, que tout le monde sait ce que sont ces organismes.	• Le texte continue à faire appel aux émotions avec des mots tels que « vivre des expériences uniques », « votre rêve vous attend », « vivez-le maintenant », « vers son rêve ». L'intention est d'associer l'abonnement à Aéroplan à ce que le consommateur désire : des récompenses, de belles expériences, l'amour, le sexe et la réalisation d'un rêve.
• L'adresse du site Internet favorise encore davantage la communication en invitant les gens à aller chercher plus d'informations dans Internet.	• Le texte fournit aussi de l'information quant au nombre de « partenaires », le nombre de « destinations », « la classe de service ». Cette information se glane facilement en ne lisant que les mots en caractères gras.
• La juxtaposition des deux verbes à l'infinitif, « comprendre » et « préjuger » incite le lecteur à sympathiser relativement à la détresse des sans-abri.	• L'adresse du site Internet est stratégiquement placée près du centre de l'image où se croisent les deux lignes.

(suite à la page 13)

Codes et pondération de chaque tâche :

Image	
• La caricature du sans-abri est tout à fait appropriée pour illustrer le problème de l'itinérance. Le choix des concepteurs est d'autant plus juste puisque c'est une caricature du clown Sol, un personnage humoristique bien connu du public québécois auquel s'adresse plus particulièrement cette annonce publicitaire.	• Au premier coup d'œil, c'est la femme et l'homme qui attirent l'attention au centre de l'image, leurs corps entrelacés dans une position de danse érotique. Cette position, de pair avec la lumière éclatante et les ombres au sol et sur le mur, semblent donner du mouvement à l'image. C'est excitant.
• La lumière dans l'image provient du réverbère derrière le personnage; c'est donc le soir ou la nuit. Il y a de la neige sur la structure de bois; c'est donc l'hiver. Tout cela fait passer le message qu'il y a urgence pour le sans-abri, et, par extension, qu'il est urgent de se préoccuper de l'itinérance.	• Le mur, la lumière, les vêtements du couple (ceux de l'homme surtout) et même le sol suggèrent un lieu exotique et lointain. On pourrait croire que c'est la femme qui a voyagé avec Aéroplan et qui a été récompensée par une expérience unique dans une relation amoureuse avec un homme de cet endroit. Elle vit son rêve, comme le dit l'annonce. C'est prometteur. • Par cette image pleine de vie, d'érotisme et d'exotisme, les concepteurs ont voulu stimuler l'imagination du consommateur ou de la consommatrice et l'induire à acheter un abonnement dans Aéroplan. C'est une image très efficace.
• Les couleurs dans les vêtements du personnage sont sobres et plutôt sombres, ce qui accentue l'affliction de l'itinérance. • Il est à remarquer que les lettres du texte, « Si on essayait de comprendre avant de préjuger », sont de la même couleur que la plupart des vêtements du sans-abri. Le lien entre l'image et le texte est autant plus étroit – le message en est renforcé. • La lumière jaune et diffuse derrière semble être un rayon d'espoir pour l'itinérant, pourvu que les gens mettent en pratique le texte qui y plane.	• Vives et chaudes, les couleurs dans cette image contribuent grandement à créer l'atmosphère chargée de passion et d'anticipation. Cette atmosphère est l'intention de communication même. • Le noir des vêtements en contraste avec le rouge, le mauve, le jaune et le bleu met en relief le couple qui semble prendre vie pour continuer plus loin dans leur danse. Les concepteurs ont réussi à faire vivre le texte « Voyager plus loin, plus vite avec Aéroplan ». • Le mot-valise « récompensationnel » acquiert l'importance que lui veulent les concepteurs en prenant des teintes des couleurs de l'image. Le mot Aéroplan et son logo sont aussi soulignés dans les couleurs de l'image : le lien entre la marque et l'émotion est ainsi complété.
• Les couleurs se fondent en harmonie dans l'ensemble de l'affiche, présageant peut-être ainsi la solidarité à laquelle celle-ci fait appel.	

(suite à la page 14)

Codes et pondération de chaque tâche :

Rapports entre l'image et le texte	
• Le texte et l'image sont étroitement liés pour communiquer le message de l'annonce publicitaire : l'un sans l'autre serait beaucoup moins efficace	• Le premier sens du texte, « Voyagez plus loin, plus vite avec Aéroplan », est qu'Aéroplan permet de voyager en avion loin et vite; juxtaposé à l'image d'un homme et d'une femme dans une position sexuellement suggestive, le texte suggère qu'Aéroplan permet aussi d'aboutir plus loin, plus vite dans une relation amoureuse.
• Sans le texte, l'image ne fait que représenter l'itinérance – elle est moins parlante.	• Seul, le texte, « Voyagez plus loin, plus vite avec Aéroplan », s'adresse à la raison du public cible et transmet bien l'idée de la distance et de la rapidité du voyage avec Aéroplan. Avec l'image, le texte s'adresse aux émotions du public cible et offre une toute autre dimension au voyage avec Aéroplan. C'est ce qui attire l'intérêt, c'est ce qui vend efficacement, c'est ce que veulent les concepteurs de l'annonce.
• Sans l'image, le texte reste une bonne suggestion; il manque les mille autres mots de l'image qui viendraient illustrer l'itinérance • Les concepteurs ont évidemment voulu donner toute son importance au texte en l'intégrant dans l'image même.	
• Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments de l'affiche publicitaire choisie	

Codes et pondération de chaque tâche :

Mister Joe

8. Michel Tremblay donne un ton humoristique à son récit.

Expliquez comment ce ton est mis en évidence en vous référant à des éléments du texte tels que le style (vocabulaire, figures de style, type de phrases, temps de verbes), certains des personnages et la narration des événements.

CÉ2-A
1, 3
2 pt

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie le ton humoristique du récit en se référant à des éléments pertinents du texte tels que le style, certains des personnages et la narration des événements.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle le ton humoristique retrouvé dans le récit en faisant certaines références au texte.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

Exemples des explications possibles du ton humoristique

Style : (vocabulaire, figures de style, types de phrases, temps de verbes)

- Tremblay emploie souvent de longues phrases bourrées d'information et/ou de détails descriptifs qui cadrent bien pour les lecteurs le temps et l'espace du récit :
  - Le deuxième paragraphe de la première page
  - « On avait donc annoncé […] chez elles par la fenêtre. » (lignes 34 à 39)
  - « Et Bernard s'était mis dans la tête […] par le châssis pour les étriper. » (lignes 39 à 45)

  Il varie son style quand il commence à raconter son histoire comme telle (l'intrigue); il emploie alors des phrases moins longues avec des verbes à l'indicatif présent, ce qui suscite et maintient l'intérêt, mais qui crée aussi, par contraste, un certain humour :
  - « Horreur sans nom! » (ligne 80)
  - « Le monde au complet bascule. » (ligne 83)
  - « Je suis debout devant mon siège, raide comme une barre, et je hurle. » (lignes 84 et 85)
  - « Mon frère a posé sa main sur ma bouche, mais je continue quand même, en essayant de le mordre. » (lignes 94 et 95)
  - « Il faut faire quelque chose, appeler la police, les pompiers, l'ambulance! » (lignes 107 et 108)
- Le choix de vocabulaire et de figures de style contribue aussi grandement à créer ce ton humoristique :
  - « … une espèce de sous produit de King Kong intitulé Mister Joe … » (lignes 34 et 35)
  - « … cette grande guénille blanche-là qui va s'animer … » (lignes 58 et 59)
  - « La seule chose qui me chicotte […] aux personnages … » (lignes 61 à 63)
  - « Je ne suis plus qu'une bouche ouverte … » (ligne 83)
  - « … je repars sur la même note … » (lignes 96 et 97)
  - « … les bananes vont pousser dans les cocotiers sur le boulevard Saint-Joseph … » (lignes 129 et 130)
  - « … je geignais comme un bébé qui perce ses premières dents. » (lignes 136 et 137)

(suite à la page 16)

Codes et pondération de chaque tâche :

Narration :

- Étant donné que l'auteur raconte une expérience vécue dans sa jeunesse, il est très présent dans l'intrigue du récit. Cette présence établit une étroite relation entre le conteur et ses lecteurs, et puisqu'il nous parle avec une quarantaine d'années de recul, nous sentons dans la narration qu'il se rappelle les événements avec humour :
  - « Me voyez-vous venir? » (ligne 51)
  - « … (je n'ai jamais réussi […] l'effet du hasard) … » (lignes 41 et 42)
  - « … (il faut se rappeler […] pour la première fois) … » (lignes 63 à 65)
  - « Le monde au complet bascule. Je ne suis plus qu'une bouche ouverte, un cri strident, l'expression même de la peur. » (lignes 83 et 84)
  - « Je suis debout devant mon siège, raide comme une barre, et je hurle. » (lignes 84 et 85)
  - « Quand il n'y a plus d'air […] avec la même intensité. » (lignes 95 à 97)
  - « Je ne pourrai plus jamais être […] les gorilles sont sûrement carnivores! » (lignes 97 à 101)
  - « Le problème est que je continue aussi à hurler arrivé à la maison. » (lignes 113 et 114)
  - Toute l'engueulade de la mère. (lignes 117 à 133)
  - « Elle me berçait un peu trop fort en engueulant mon frère et j'avais mal au cœur. » (lignes 134 et 135)
  - « Ce fut long, violent […] les voisins de grandes oreilles. » (lignes 138 et 139)
  - « Quant à moi, j'avais évidemment […] qui se délectaient de ma peur. » (lignes 144 et 145)

Personnages :

- L'auteur-narrateur participant de ce récit est le personnage principal de l'intrigue. Maintenant un adulte d'une quarantaine d'années, lors de la rédaction de ce texte, il rit de cette expérience d'enfance et nous raconte les événements avec un sens de l'humour particulièrement divertissant.
- Bernard, le frère aîné de l'auteur, nous est présenté comme un individu plutôt espiègle :
  - « … mon frère Bernard, le moins sérieux des deux et incorrigible joueur de tours … » (lignes 19 à 21)
  - « Quand il avait beaucoup aimé le film, il essayait même de se faufiler à la deuxième séance … » (lignes 29 et 30)
  - « … (je n'ai jamais réussi […] si ce fut l'effet du hasard) … » (lignes 41 et 42)

  Les actions de ce personnage sont source d'humour dans l'intrigue également :
  - « Bernard m'a dit que c'est là qu'il faut regarder, sur cette grande guénille […] si c'est en anglais … » (lignes 58 à 60)
  - « Mon frère a posé sa main sur ma bouche […] de le mordre. » (lignes 94 et 95)
  - « Je suis soulevé de terre […] dérouler sur l'écran. » (lignes 102 à 104)
  - « Si mon frère n'a pas […] de bêtises. » (lignes 115 et 116)
- Le personnage de la mère contribue énormément à l'humour dans ce texte par sa réaction au fait que Bernard a traumatisé son petit frère en l'amenant voir un film d'horreur et par la façon dont elle exprime sa colère. Le dialogue de la mère est très expressif et imagé; il provoque le rire :
  - « Emmener un enfant […] dans leur chambre. » (lignes 118 à 120)
  - « … c'est pas toé, tu dors comme une bûche […] pis tu t'en apercevrais pas! » (lignes 124 à 126)
  - « Si y se remet à pisser au lit […] qui vas laver les draps! » (lignes 126 à 128)
  - « J'te dis que toé […] pis les singes avec! » (lignes 128 à 131)

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte

Codes et pondération de chaque tâche :

Mister Joe

9. Croyez-vous que Michel Tremblay ait réussi à nous faire vivre sa première expérience au cinéma?

CÉ2-A
3, 4
3 pt

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

DIRECTIVES

- Attribuez un niveau de performance à la réponse de l'élève selon les descripteurs fournis.
- Notez que le regard porté sur la réponse de cette tâche tient particulièrement compte de la dimension qualitative de la réponse.

maximum : 3 points

DESCRIPTEURS DES NIVEAUX DE PERFORMANCE

Troisième niveau

Accordez trois (3) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension approfondie du récit. L'élève justifie sa réaction de façon réfléchie en intégrant judicieusement dans sa réponse des éléments pertinents du texte (tels que les valeurs, la vision du monde, la trame narrative, les personnages, le cadre spatiotemporel, le style : le vocabulaire, les figures de styles, le type de phrases, le temps des verbes) **et** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles.

Deuxième niveau

Accordez deux (2) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une bonne compréhension du récit. L'élève justifie sa réaction de façon logique en intégrant dans sa réponse des éléments pertinents du texte **et/ou** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles. L'élève qui se réfère seulement à ses connaissances/expériences personnelles n'obtient qu'un point.

Premier niveau

Accordez un (1) point au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension limitée du récit. L'élève justifie sa réaction de façon simpliste en intégrant dans sa réponse certains éléments du texte **ou** en se référant à ses connaissances/expériences personnelles.
Accordez la note de zéro (0) si l'élève ne fait pas la tâche exigée ou si sa réponse est hors sujet.

RÉPONSES POSSIBLES

Oui, il a réussi.

- Tremblay commence par établir, dans la toute première phrase de son récit, l'époque où se situent les événements qu'il va raconter :
  « Le tout premier film que j'ai vu dans ma vie, j'avais cinq ou six ans, était un film d'horreur. » (lignes 1 et 2)
  Nous savons dès lors qu'il va faire la narration d'une vraie expérience personnelle à un moment précis dans sa vie.
- L'auteur passe ensuite à la description du lieu principal où les événements se sont déroulés, soit la salle paroissiale Saint-Stanilas :
  « … les enfants du Plateau Mont-Royal s'y entassaient […] en anglais et rarement en couleurs. » (lignes 7 à 12)
  Nous sommes donc situés dans le temps et l'espace des lieux.

(suite à la page 18)

Codes et pondération de chaque tâche :

- Très tôt dans le récit, nous nous retrouvons dans l'intrigue (dès la 34e ligne). C'est alors qu'il nous fait vivre avec lui sa première expérience au cinéma :
  - par sa description des images du film :
    « C'est la nuit, une femme dort sur le dos. À côté de son lit [...] une branche d'arbre se balance. » (lignes 50 à 53)
    « Un plan sur la femme [...] belle dans son sommeil. » (lignes 68 et 69)
    « Quelque chose, quelqu'un [...] la silhouette est toute courbée. » (lignes 72 à 75)
    « Un gorille deux fois gros [...] sur le lit de la femme. » (lignes 81 et 82)
  - par la description qu'il nous fait de lui-même et de ses réactions :
    « Je suis assis sur le bout [...] d'un œil plutôt distrait. » (lignes 55 à 57)
    « Mais quelque chose attire [...] Mon cœur s'arrête de battre. » (lignes 66 à 68)
    « Je veux tirer mon frère par la manche ... » (lignes 76 et 77)
    « Je ne suis plus qu'une bouche ouverte [...] raide comme une barre, et je hurle. » (lignes 83 à 85)
    « Quand il n'y a plus d'air [...] avec la même intensité. » (lignes 95 à 97)
  - par sa description des réactions de son frère et des enfants dans la salle :
    « Les autres enfants [...] parce que je dérange la projection. » (lignes 89 à 93)
    « Mon frère a posé sa main [...] de le mordre. » (lignes 94 et 95)
    « Je suis soulevé de terre [...] à se dérouler sur l'écran. » (lignes 102 à 104)
    « Bernard rassure ma cousine [...] pas si épeurant que ça ... » (lignes 111 et 112)
- Tremblay nous transporte avec lui et son frère dans le second lieu de l'intrigue, soit chez lui. C'est là que nous vivons avec lui les conséquences immédiates de sa première expérience au cinéma :
  - Son frère se fait dire des bêtises par sa mère dans un langage coloré, pour le moins. (lignes 117 à 133)
    « Elle me berçait [...] qui perce ses premières dents. » (lignes 134 à 137)
    « Quant à moi [...] de ma peur. » (lignes 144 et 145)
    « J'ai été très longtemps [...] catastrophique aventure. » (lignes 151 et 152)

- Nous sommes pris par le récit de Tremblay du début à la fin. Il réussit à captiver notre attention et à nous faire vivre avec lui son expérience.
- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles

Non, il n'a pas réussi.

- Acceptez toute réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles sur le sujet.

Position mitigée

- Acceptez toute réponse qui exprime à la fois un accord et un désaccord avec des références au texte et à des connaissances/expériences personnelles qui justifient l'une et l'autre des positions.

Codes et pondération de chaque tâche :

La télévision qui tue

10. Quelles relations établissez-vous entre l'illustration (page 17 du *Recueil de textes*) et le texte de l'article?

CÉ1-A
6, 7
2 pt

Expliquez votre réponse en établissant des liens précis entre l'illustration et le texte.

DIRECTIVES

- Explication complète : Accordez deux (2) points si l'élève explique de façon réfléchie les relations entre l'illustration et le texte en établissant des liens précis et pertinents entre l'illustration et le texte.
- Explication partielle : Accordez un (1) point si l'élève explique de façon limitée ou superficielle les relations entre l'illustration et le texte en établissant certains liens entre l'illustration et le texte.
- Explication insuffisante ou hors sujet : N'accordez aucun point.

maximum : 2 points

RÉPONSES POSSIBLES

Le glaive : met en évidence la violence qu'on retrouve dans les médias en général et à la télé en particulier.

« Une étude du Center for Media and Public Affairs [...] quand les téléspectateurs sont les enfants. » (§ 19)

« Une étude du *Journal of the American Medical Association* (1992) [...] avant l'âge de 18 ans. » (§ 20)

« Plus personne ne nie le lien [...] le gros bon sens. » (§ 7)

La veste du pyjama est d'une raideur qui fait penser à un carcan :

ce qui met en évidence le mutisme des gens devant l'influence nocive de la télé; symbole aussi de l'entrave à la liberté des gens par le pouvoir de la télé et des médias en général.

« Aujourd'hui, 90 % des Américains croient que la violence à la télévision est nocive pour la société. » (§ 12) Pourtant rien ne change!

« ... la simple fréquence nourrit l'idée que le comportement agressif est normal. Le téléspectateur est désensibilisé. » (§ 25)

« La violence [...] est un discours sur le pouvoir. La violence télévisée est une leçon portant sur un pouvoir qui met les gens à leur place. » (§ 28)

« ... les classes les moins influentes de la société (et les plus exposées à la violence) aggravent elles-mêmes leur situation en s'en remettant à un État de plus en plus martial. » (§ 27)

(suite à la page 20)

Codes et pondération de chaque tâche :

L'enfant : met en évidence ceux qui sont susceptibles d'être le plus influencés par la violence à la télé et dans les médias en général, et ce, même au point de se sentir victimisés.

« En 1960, Leonard Eron, un professeur […] à la violence des émissions qu'ils regardaient. » (§ 10)

« En 1971, dans Television Violence and Child Agression […] plus leur comportement à 18 ans était agressif. » (§ 11)

« Une étude du *Journal of the American Medical Association* (1992) […] actes de violence avant l'âge de 18 ans. » (§ 20)

« … quand ils arrivent à l'école, les enfants ont passé plus de temps devant la télé qu'ils n'en passeront jamais au collège. » (§ 32)

« Notre monde se construit à partir des récits que nous nous racontons. Ces histoires nous décrivent le fonctionnement de la société. […] Il n'y a pas d'affaire plus sérieuse pour une société que ce qu'elle raconte à ses enfants. » (§ 38)

« Trois cents millions d'enfants de 80 pays regardent les Power Rangers. » (§ 40)

« La violence est le chemin du profit, une formule mondiale "infligée à tous les enfants du monde". » (§ 41)

Le lièvre/toutou blessé :

met en évidence la vulnérabilité chez l'enfant; il symbolise l'innocence fracassée par la violence à la télé alors que l'enfant lui-même a fait preuve de violence en brisant le jouet.

« Dès 1956, une étude concluait que des enfants de quatre ans […] que ceux du même âge qui regardaient *The Little Red Hen.* » (§ 8)

« Il y a 25 actes de violence à l'heure […] par les enfants, généralement sans supervision. » (§ 19)

« … en un seul jour, 2605 actes violents […] quand les téléspectateurs sont les enfants. » (§ 19)

- citations employées pour « L'enfant » plus haut.

La fille blessée : (au pied) met en évidence le fait que dans les émissions de télé violentes la majorité des victimes sont des femmes.

« Pour chaque victime masculine blanche, il y a 17 victimes féminines blanches et 22 de minorités ethniques. » (§ 24)

« Pour 10 agresseurs femmes, il y a 16 femmes victimes. » (§ 24)

« Les femmes, des minorités ethniques […] d'êtres victimes qu'agresseurs. » (§ 24)

Le tabouret du cirque :

met en évidence le fait qu'une grande partie de la programmation à la télé se veut divertissante comme au cirque où règnent le spectaculaire et l'humour.

(suite à la page 21)

Codes et pondération de chaque tâche :

« La violence est l'expression [...] L'humour sert à dorer la pilule; la violence n'en est que mieux intégrée dans la structure de la connaissance. » (§ 37)

Ainsi juchée sur un tabouret de cirque, la télé pourrait être considérée comme une bête fauve et dangereuse qu'il faut dompter et contôler.

« La vision du monde que représente la télévision [...] d'un marché incontrôlé. » (§ 3)

L'éclairage : met en évidence le fait que le téléviseur est la seule source de lumière dans la pièce où l'enfant se retrouve seule.

« Jamais une culture n'a ainsi baigné dans tant d'images de violence. » (§ 21)

« ... elle est là, à la maison, allumée [...] Quant à l'éteindre tout simplement, personne ne le fait. » (§ 33)

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des liens précis entre l'illustration et le texte

Codes et pondération de chaque tâche :

La télévision qui tue

11. Cet article vous a-t-il convaincu des effets néfastes de la télévision dans la société?

CÉ1-A
5, 9
3 pt

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

DIRECTIVES

- Attribuez un niveau de performance à la réponse de l'élève selon les descripteurs fournis.
- Notez que le regard porté sur la réponse de cette tâche tient particulièrement compte de la dimension qualitative de la réponse.

maximum : 3 points

DESCRIPTEURS DES NIVEAUX DE PERFORMANCE

Troisième niveau

Accordez trois (3) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension approfondie de l'influence de la télévision dans la société. L'élève justifie sa réaction de façon réfléchie en intégrant judicieusement dans sa réponse des éléments pertinents du texte (tels que le point de vue de l'auteur, les arguments ou les aspects paraphrasés ou repris sous une forme de synthèse, l'intégration d'une illustration au texte, les références ou les citations directes ou indirectes) **et** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles.

Deuxième niveau

Accordez deux (2) points au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une bonne compréhension de l'influence de la télévision dans la société. L'élève justifie sa réaction de façon logique en intégrant dans sa réponse des éléments pertinents du texte **et/ou** en se référant, explicitement ou implicitement, à ses connaissances/expériences personnelles. L'élève qui se réfère seulement à ses connaissances/expériences personnelles n'obtient qu'un point.

Premier niveau

Accordez un (1) point au niveau de performance suivant :
L'élève manifeste une compréhension superficielle de l'influence de la télévision dans la société. L'élève justifie sa réaction de façon simpliste en intégrant dans sa réponse certains éléments du texte **ou** en se référant à ses connaissances/expériences personnelles.

Accordez la note de zéro (0) si l'élève ne fait pas la tâche exigée ou si sa réponse est hors sujet.

(suite à la page 23)

Codes et pondération de chaque tâche :

RÉPONSES POSSIBLES

Oui, l'article me convainc des effets néfastes.

- Les statistiques de la recherche sont convaincantes. Les études innombrables et exhaustives sur le sujet ne laissent aucun doute sur le lien direct qui existe entre la violence à la télévision et la violence dans la société :
  - « Plus personne ne nie [...] le gros bon sens » (§ 7)
  - « Aujourd'hui, 90 % des Américains [...] nocive pour la société » (§ 12)
  - « ... des centaines d'études [...] la violence dans nos sociétés » (§ 12)
  - « Les données quantitatives recueillies sont sidérantes ... » (§ 18)

- Un autre effet néfaste de la télévision que fait ressortir cet article est le degré auquel la télévision a envahi notre vie :
  - « Les chercheurs de la CIP estiment [...] autres actes de violence. » (§ 20)
  - « Une étude du journal of the Americain Medical Association [...] avant l'âge de 18 ans. » (§ 20)
  - « Les Américains passent [...] 10 autres principales activités de loisir. » (§ 24)
  - « Le Center for Population Options [...] par année à la télévision. » (§ 29)
  - « ... quand ils arrivent à l'école [...] passeront jamais au collège. » (§ 32)
  - « Pour regarder la télévision [...] plus de sept heures par jour. » (§ 33)
  - « Elle est devenue un membre de la famille [...] sans relâche. » (§ 33)

  Les chiffres sont convaincants. Tout indique que l'omniprésence de la télévision et le contenu violent de sa programmation ont des effets néfastes dans nos familles et dans notre société en général.

- Tout aussi impressionnantes sont l'importance et l'ampleur de l'effet de la télévision sur notre culture :
  - « La télévision est devenue une force culturelle [...] et de créer ainsi une culture commune. » (§ 32)
  - « ... la télé contribue à forger notre conception de la réalité, notre compréhension du monde. » (§ 22)
  - « Quiconque raconte la plupart des histoires [...] que nous saurons sur la vie et la société. » (§ 32)
  - « La vision du monde que présente la télévision est une vision violente, mesquine, répressive, dangereuse et faussée, dit-il. » (§ 3)
  - « Grandir dans une culture de la violence [...] la méfiance et la colère chez la plupart. » (§ 26)

  En saturant ainsi de violence notre perception du monde et notre culture, la télévision a nécessairement des effets néfastes dans notre société.

- L'auteur Scott Stossel explique de façon convaincante les effets néfastes de la télévision par l'appui incontestable de la recherche qu'il relate dans son article et le poids des arguments de George Gerbner qu'il cite.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles

(suite à la page 24)

Codes et pondération de chaque tâche :

Non, l'article ne me convainc pas des effets néfastes.

- Il est difficile de se laisser convaincre par un article qui ne présente qu'un seul point de vue sans examiner l'autre côté du débat : Stossel a choisi de présenter les arguments de George Gerbner, et quoiqu'il dise que les opinions de ce chercheur sont contestées par plusieurs (§ 5 et 35), l'auteur ne fait pas référence aux arguments de ces détracteurs.

- Il est indéniable qu'il y a de la violence à la télévision; il est également indéniable que cette violence dans la programmation peut avoir une influence nocive sur certains téléspectateurs et sur les enfants en particulier. Cela, les nombreuses études citées dans l'article, du § 6 au § 23, l'ont amplement démontré. Ce qui est moins convaincant, c'est l'interprétation qui est faite des données de la recherche :
  - Gerbner exagère en disant que « la télé contribue à forger notre conception de la réalité, notre compréhension du monde. » (§ 22)
  - Il dramatise en affirmant que la télévision présente une vision du monde qui est « le sous-produit toxique d'un marché incontrôlé. » (§ 3)
  - Il tombe dans le ridicule en prétendant que la télévision exerce un pouvoir égal à celui de la religion (§ 1 et 32)

  La télévision n'est qu'un médium d'information et de divertissement, lui prêter un rôle philosophique et spirituel est une exagération non convaincante.

- Gerbner accuse la télévision de « jouer sur la peur » (§ 3) et « d'effrayer les gens » (§ 23); cependant, il ne se gêne pas de semer lui-même les graines de la peur avec ses théories :
  - Il avance que parce que les gens deviennent plus craintifs, insécures et méfiants en regardant la télévision, ils seraient prêts à accepter l'établissement d'un état policier (§ 26 et 27)
  - Il affirme que « nous nous dirigeons vers une montée du néofascisme sous une forme amusante et divertissante. » (§ 27)
  - Il déclare que la démocratie est menacée. (le chapeau)

  Stossel demande au § 5 si Gerbner ne serait pas un don Quichotte. Peut-être bien, mais chose certaine, c'est qu'il semble être aussi un prophète de malheur qui fait peur plus qu'il ne convainc.

- On ne fait valoir à travers cet article que l'influence négative de la télévision en mettant l'accent sur la violence et le sexe dans la programmation. Ce qu'on néglige de signaler, c'est que les gens savent très bien que ce qu'ils voient à la télévision en termes de violence et de sexe n'est que de la fantaisie et non la vraie vie, et cela est vrai même pour beaucoup d'enfants. Gerbner mentionne que seulement « le quart des personnes qui regardent plus de quatre heures de télé par jour pense qu'elle montre la vie telle qu'elle est… » (§ 34) Cela laisse tout de même une grande majorité qui n'est pas naïve. Vingt-cinq pour cent est un faible pourcentage pour se permettre de tirer les conclusions que tire Gerbner sur les effets néfastes de la télévision dans notre société.

- Toute autre réponse pertinemment appuyée sur des éléments du texte et sur des connaissances/expériences personnelles

Position mitigée

- Acceptez toute réponse qui exprime à la fois un accord et un désaccord avec des références au texte et à des connaissances/expériences personnelles qui justifient l'une et l'autre des positions.

Tableau pour transposer la note de l'élève sur 50 points

Résultat de l'élève sur 25	Résultat de l'élève sur 50
25	50
24	48
23	46
22	44
21	42
20	40
19	38
18	36
17	34
16	32
15	30
14	28
13	26
12	24
11	22
10	20
9	18
8	16
7	14
6	12
5	10
4	8
3	6
2	4
1	2
0	0

Clé de correction

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Production écrite

L'influence des médias

Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

ISBN : 0-7711-3351-0

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée.

Table des matières

Introduction 1

Modalités de correction 2

Avant la correction 2

Pendant la correction 2

Étape 1 Évaluation initiale du texte 2

Étape 2 Évaluation détaillée du texte 2

Étape 3 Attribution d'une cote au texte 2

Cas particulier durant l'administration du test 3

Cas particuliers durant la correction 3

Tâche d'écriture 4

Veuillez noter qu'une *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif* a été insérée à la fin de ce cahier.

Introduction

Du 12 au 14 janvier 2005, les élèves de secondaire 4 du Programme scolaire d'immersion française ont passé le *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Le test évalue les compétences des élèves dans trois domaines :

- la Compréhension orale,
- la Compréhension écrite,
- la Production écrite.

Le présent document traite de la Production écrite. Il présente les modalités de correction que la personne correctrice doit suivre afin de faire une évaluation juste et équitable des textes des élèves. La Production écrite compte pour 50 % de la note du test.

La tâche d'écriture correspond au résultat d'apprentissage général (RAG) et au résultat d'apprentissage spécifique (RAS) suivants, du domaine Production écrite (PÉ) :

RAG PÉ1 – L'élève sera capable de rédiger des textes pour transmettre de l'information selon son intention de communication.

RAS 1 – L'élève sera capable de rédiger des textes argumentatifs ou analytiques en respectant les caractéristiques propres à ces textes.

Aux pages 2 et 3, vous trouverez la description des modalités de correction. L'application des modalités repose sur une bonne connaissance de la tâche d'écriture et de la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*.

La tâche d'écriture, telle qu'elle est présentée dans le cahier de l'élève, se trouve à la page 4. Les élèves disposaient de trois heures pour écrire un texte argumentatif d'environ 500 mots. Au besoin, ils pouvaient bénéficier de 30 minutes supplémentaires. Ils pouvaient aussi consulter des ouvrages de référence : dictionnaires, recueils de verbes et grammaires.

La grille d'évaluation qui doit être utilisée pour corriger les textes des élèves est insérée à la fin de ce cahier. Elle porte sur le résultat d'apprentissage spécifique, terminal en secondaire 4, mentionné plus haut. De plus, elle s'inspire des indicateurs de performance correspondant à la norme qui se rattachent aux résultats d'apprentissage général et spécifique mentionnés plus haut et présentés dans la trousse d'information *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*[1]. Les résultats finaux que les élèves obtiennent en PÉ sont présentés dans le tableau suivant.

Cotes	5	4+	4	3+	3	2+	2	1+	1
Résultat sur 100 %	100 %	90 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	30 %	20 %
Résultat sur 50 points	50 pt	45 pt	40 pt	35 pt	30 pt	25 pt	20 pt	15 pt	10 pt

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion, langue et communication, secondaire 4, les normes*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, mai 2000.

Modalités de correction

La personne correctrice doit respecter les modalités suivantes.

Avant la correction

- Étudier les deux tâches d'écriture. (Se référer à la page 4.)
- S'assurer de bien comprendre les éléments qui caractérisent un texte argumentatif.
- Étudier la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif* qui présente, d'une part, les éléments recherchés relatifs aux quatre critères de production (organisation, contenu, style et règles de la langue) et, d'autre part, les niveaux de performance relatifs à ces éléments recherchés.

N. B. Pour que la personne correctrice puisse porter un jugement sur l'application efficace et intentionnelle, par l'élève, des règles de la langue, elle tiendra compte de la nature, de la gravité et de la récurrence des erreurs.

Pendant la correction

Étape 1 Évaluation initiale du texte

- Lire le texte de l'élève à la lumière des énoncés généraux décrivant les cinq niveaux de performance. Se référer à la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*.
- Déterminer alors le niveau de performance auquel correspond **le texte dans son ensemble** selon les énoncés généraux, soit le niveau 5, 4, 3, 2 ou 1.

Étape 2 Évaluation détaillée du texte

- Relire le texte et
  - confirmer ou modifier le jugement porté à l'**Étape 1 :** évaluer le texte de façon détaillée en se référant à chacun des éléments recherchés. Se référer à la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*. Pour tous les cas particuliers, se référer à la page 3;
  - cocher le niveau de performance, soit le niveau 5, 4, 3, 2 ou 1, auquel correspond le texte par rapport à chacun des éléments recherchés : l'introduction, le point de vue et les aspects présentés, les arguments, la stratégie argumentative, la cohérence du texte, la conclusion et les règles de la langue.

Étape 3 Attribution d'une cote au texte

- Porter un jugement définitif en comparant le niveau de performance attribué à l'**Étape 1** à celui que vous accordez à chacun des éléments recherchés à l'**Étape 2**.
- Attribuer une cote (5, 4$^+$, 4, 3$^+$, 3, 2$^+$, 2, 1$^+$ ou 1) **par rapport à l'ensemble du texte** en tenant compte des chevauchements possibles entre deux niveaux des descripteurs cochés.
- Transcrire cette cote (5, 4$^+$, 4, 3$^+$, 3, 2$^+$, 2, 1$^+$ ou 1) sur la feuille de notation.

Cas particulier durant l'administration du test

- ***Tricherie :*** Dans le cas d'un élève qui se fait prendre à tricher, la note zéro sera accordée pour le domaine en question. La **personne coordonnatrice responsable de la correction locale** noircit « Cas de tricherie » sur la feuille de notation et accorde à l'élève la note zéro pour la tâche de Production écrite.

Cas particuliers durant la correction

Note : Il est possible de noircir plus d'un cas particulier sur la feuille de notation.

- ***Pas de texte :*** Dans le cas d'un élève qui n'a pas fourni de texte, la personne correctrice noircit « PT » (pas de texte) sur la feuille de notation. Toutefois, au moment du calcul du résultat, l'élève obtient la note zéro.

- ***Texte illisible :*** Lorsque la calligraphie est quasi indéchiffrable, il faut accorder la note zéro. La personne correctrice noircit également « Illisible » sur la feuille de notation.

- ***Mots anglais ou anglicismes dans la tâche :*** L'élève qui, à l'occasion, utilise des mots anglais ou des anglicismes ne sera pas pénalisé. Cependant, dans un cas extrême où le texte est écrit plutôt en anglais, il faut accorder la note zéro. La personne correctrice noircit également « Texte en anglais » sur la feuille de notation.

- ***Plagiat :*** L'élève qui reprend les mots d'un auteur et les présente comme étant les siens est pénalisé par rapport aux éléments recherchés relatifs aux critères de l'organisation, du contenu, du style et des règles de la langue. La personne correctrice noircit « Plagiat » sur la feuille de notation et accorde à l'élève la note zéro. Dans le cas d'un plagiat partiel, la personne correctrice attribue une cote appropriée pour la partie du travail qui appartient à l'élève et noircit « Plagiat » sur la feuille de notation.

- ***Non-respect de la tâche :*** L'élève qui n'a pas respecté la tâche d'écriture est pénalisé par rapport aux éléments recherchés relatifs aux critères de l'organisation, du contenu et du style (voir la *Grille d'évaluation d'un texte argumentatif*). Le niveau de performance maximal qu'il peut obtenir relativement à ces critères est « 1 ». En ce qui concerne le niveau de performance par rapport aux Règles de la langue, la personne correctrice tiendra compte des descripteurs présentés sous les cinq niveaux de performance. La cote par rapport à l'ensemble du texte est 1, 1^+ ou 2. La personne correctrice noircit également « Non-respect de la tâche » sur la feuille de notation.

- ***Incomplet :*** Dans le cas d'un texte trop court ne présentant que certaines parties, la personne correctrice attribue une cote appropriée au travail accompli. Dans le cas où l'élève n'a écrit que l'introduction, il faut accorder la note zéro. La personne correctrice noircit « Incomplet » sur la feuille de notation dans l'un ou l'autre de ces cas.

- ***Absence de référence aux documents fournis :*** La note de l'élève qui ne fait aucune référence aux documents fournis est réduite d'une cote. Par exemple, un texte de niveau 4 sera coté 3^+. La personne correctrice noircit également « Absence de référence aux documents fournis » sur la feuille de notation.

- Toute irrégularité doit être portée à l'attention de la personne responsable de la correction.

Tâche d'écriture

Choisissez l'**une** des deux tâches suivantes pour rédiger votre texte argumentatif. Tenez compte du but d'un texte argumentatif : convaincre le destinataire du bien-fondé de votre point de vue et de vos arguments.

1. *Le Magazine Jeunesse* mène une enquête sur les influences qu'exercent les émissions de télévision et de radio, les films, les journaux, les revues et Internet dans la société actuelle. Dans le cadre de cette enquête, *Le Magazine Jeunesse* sollicite l'opinion de ses lecteurs sur le sujet suivant :

   Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle?

   En réponse à cette question, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.

   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

ou

2. On vous invite, en tant que président du conseil étudiant de votre école, à participer avec des parents, des éducateurs et des élèves à une table ronde consacrée aux influences des médias dans la société. La question à débattre est la suivante :

   Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?

   Afin de vous préparer, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.

   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

Français langue seconde – immersion, Secondaire 4

Grille d'évaluation d'un texte argumentatif

Cotes	5	4*	4	3*	3	2*	2	1*	1
Pondération	100	90	80	70	60	50	40	30	20

RAG PÉ1 L'élève sera capable de rédiger des textes pour transmettre de l'information selon son intention de communication.

RAS L'élève sera capable de rédiger des textes argumentatifs et/ou analytiques en respectant les caractéristiques propres à ces textes.

Éléments recherchés de l'organisation, du contenu, du style et des règles de la langue

Énoncé général	NIVEAUX DE PERFORMANCE 5	4	3	2	1
	Le texte dégage une impression de qualité et de perspicacité.	**Le texte témoigne d'une clarté et d'une certaine réflexion.**	**Le texte est acceptable.**	**Le texte est simple ou inégal.**	**Le texte est fragmenté ou inachevé.**
Introduction • *sujet amené* • *sujet posé* • *présentation du point de vue (prise de position et attitude)* • *sujet divisé (facultatif)*	Dans l'introduction, l'élève fait preuve d'une originalité, d'un engagement et d'un souci de convaincre, ce qui capte l'attention du destinataire.	L'introduction oriente immédiatement la suite du texte et est caractérisée par une certaine touche personnelle.	L'introduction oriente de manière générale mais plutôt mécanique, la suite du texte, ce qui n'incite pas le destinataire à poursuivre sa lecture.	L'introduction oriente peu la suite du texte; certains éléments peuvent être absents.	L'introduction est sans lien avec la suite du texte.
Développement de l'argumentation • *thèse et aspects présentés*	La thèse et les aspects sont solides et réfléchis; chacun des aspects constitue un volet distinct et cohérent.	La thèse et les aspects manifestent une certaine réflexion; chacun des aspects constitue un volet distinct et cohérent.	La thèse et les aspects sont développés de manière mécanique; chacun des aspects ne constitue pas nécessairement un volet distinct.	La thèse et les aspects sont vagues et incomplets.	Le développement de l'argumentation est à peine esquissé ou non pertinent (ex. : non-respect de la tâche)
• *arguments* (énoncés qui étayent la thèse) – genres (faits, exemples, témoignages, énoncés généraux, statistiques, etc.) – types d'arguments faisant appel à la raison et/ou à l'émotion – références, citations à l'appui	Les arguments sont • révélateurs; • appuyés par des références judicieusement choisies.	Les arguments sont • convaincants; • appuyés par des références bien choisies.	Les arguments sont • convenables; • appuyés par des références adéquates.	Les arguments sont • superficiels et répétitifs; • appuyés par des références insuffisantes ou inappropriées.	
• *stratégie argumentative* – procédés argumentatifs (explication, réfutation ou démonstration) – progression des arguments (du plus faible au plus fort, plan dialectique, etc.) – ton et engagement de l'auteur dans son texte – manifestation du souci de convaincre le destinataire – moyens langagiers (marques énonciatives, marques de modalité, variété des phrases et du vocabulaire, registre de langue approprié à la situation de communication, etc.) – moyens graphiques (gras, soulignement, encadrement, disposition du texte, etc.)	La stratégie argumentative est mise en œuvre avec discernement; l'intention de communication témoigne d'un engagement soutenu.	La stratégie argumentative est mise en œuvre avec efficacité; l'intention de communication est évidente.	La stratégie argumentative est mise en œuvre de manière acceptable mais plutôt mécanique; l'intention de communication est apparente.	La stratégie argumentative est mise en œuvre de manière rudimentaire; l'intention de communication est faible.	
• *cohérence du texte* – continuité et progression de l'information – absence de contradiction – constance du point de vue – unité du texte (champ lexical, marqueurs de relation et organisateurs textuels, etc.) – harmonisation des temps et des modes verbaux	La cohérence du texte est soutenue et renforce l'argumentation.	La cohérence du texte est évidente et appuie l'argumentation.	La cohérence du texte est présente et, dans l'ensemble, sous-tend l'argumentation.	La cohérence du texte est faible.	
Conclusion • *rappel de la thèse* • *synthèse de l'argumentation* • *ouverture sur le sujet (recommandations, solutions, souhaits, appel à des valeurs, etc.)*	L'élève fait preuve d'originalité dans la composition de la conclusion, ce qui renforce l'unité du texte.	La conclusion contribue à l'unité du texte grâce à sa touche personnelle.	La conclusion est présentée de manière mécanique; certains éléments de l'introduction peuvent être répétés.	La conclusion est en rapport vague avec le texte; certains éléments peuvent être absents.	La conclusion est sans rapport avec le texte ou inexistante.
Règles de la langue	Le texte dénote une très bonne connaissance des règles de la langue.	Le texte dénote une bonne connaissance des règles de la langue.	Le texte dénote une connaissance générale des règles de la langue.	Le texte dénote une connaissance limitée des règles de la langue.	Le texte dénote une connaissance nettement insuffisante des règles de la langue.
• *construction et ponctuation des phrases*	• phrases bien construites et bien ponctuées	• phrases construites et ponctuées de façon généralement correcte	• phrases construites et ponctuées de façon généralement correcte, mais certaines sont boiteuses	• plusieurs phrases sont boiteuses ou contiennent des erreurs majeures de ponctuation	
• *temps verbaux et formes verbales*	• bons temps verbaux et bonnes formes verbales	• temps verbaux et formes verbales généralement corrects	• temps verbaux et formes verbales généralement corrects, mais certaines erreurs sont occasionnelles ou récurrentes	• plusieurs erreurs, dont certaines majeures, relatives aux temps verbaux ou aux formes verbales	
• *orthographe grammaticale et d'usage, genre*	• texte bien orthographié	• texte généralement bien orthographié	• texte orthographié de façon généralement correcte, mais il y a des erreurs grammaticales ou de graphie	• plusieurs erreurs, dont certaines majeures, relatives aux accords grammaticaux ou à la graphie	
• *interférences langagières (lexicales, morphologiques, sémantiques, syntaxiques)*	• très peu d'interférences langagières	• quelques interférences langagières	• des interférences langagières récurrentes dont certaines sont parfois majeures	• de nombreuses interférences langagières dont plusieurs sont majeures	

Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba Division du Bureau de l'éducation française Direction des services de soutien en éducation Section Mesure et évaluation décembre 2004

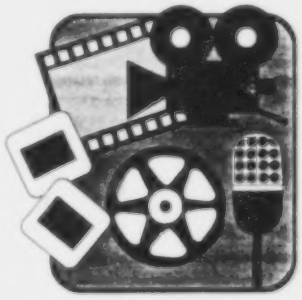
Analyse de réponses d'élèves

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Compréhension orale
et
Compréhension écrite

L'influence des médias



Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

ISBN : 0-7711-3401-0

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

Les exemples fournis dans le présent document sont des réponses authentiques écrites par des élèves de secondaire 4 en janvier 2005 dans le cadre du *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication.* Tous les droits ont été libérés par les élèves.

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée. Toute autre reproduction est interdite.

Table des matières

Introduction 1

Compréhension orale 3
Documentaire *L'empire des marques* 4

Compréhension écrite 15
Texte : « Marchand de bonheur » 16
Texte : « Les affiches publicitaires de l'itinérance et d'Aéroplan » 22
Texte : « Mister Joe » 26
Texte : « La télévision qui tue » 31

Introduction

Vous trouverez dans le présent document la correction analytique des réponses formulées par les élèves de secondaire 4 qui, en janvier 2005, ont passé l'épreuve de la Compréhension orale et de la Compréhension écrite du *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Les tâches de compréhension sont construites à partir des résultats d'apprentissage décrits dans le document *Les résultats d'apprentissage manitobains en français langue seconde – immersion (M-S4)*[1]. Les documents à partir desquels les tâches de compréhension ont été élaborées répondent à des besoins d'information et à des besoins d'imaginaire (voir le documentaire[2] et le *Recueil de textes, L'influence des médias*).

Les réponses dans ce document ont été sélectionnées en fonction de leur qualité ou de leurs particularités. La tâche ainsi que la réponse reliées au numéro 1 ne figurent pas dans ce document vu la nature explicite de la réponse attendue (*Réponses possibles*).

---

[1] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Les résultats d'apprentissage manitobains en français langue seconde – immersion (M-S4)*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, décembre 1996.

[2] Le documentaire *L'empire des marques* est disponible pour emprunt à la Direction des ressources éducatives françaises, 200, avenue de la Cathédrale, local 0140, Saint-Boniface MB R2H 0H7, (204) 945-8594 ou 1 800 667-2950.

Compréhension orale

Documentaire *L'empire des marques*

2. Le réalisateur du documentaire, Michel Pelletier, adopte une approche subjective pour présenter son point de vue.

   Expliquez comment son approche subjective est mise en évidence. Votre explication doit s'appuyer sur des éléments du documentaire tels que le contenu, les images, le montage, la trame sonore, la narration et le choix d'intervenants.

2 points

Premier exemple : Explication complète

Dans ce documentaire c'est facile a voire la subjectivité qu'utilisait Michel Pelletier. Il a montré nombreux images des logos et des personnes qui sont dans un sens "victimes" de ses marques. Au cours du documentaire, Pelletier présentait des logos des compagnies de : Coca Cola, Chanel, GMC, Nike, Toyota et beaucoups d'autres pour montrer son audience comment les marque nous bombardent toujours et sans-arret. La musique utilisé pendant le documentaire avait un effet aussi. La facon que la musique a devenir de plus en plus fort representait comment l'influence des marques deviens plus grand dans nos vies. Aussi, le choix d'intervenants a contribué a l'éfficacité de son documentaire. Il a présenter des personnes des deux cotés de l'issu, les personnes qui voit les masques positivement et les personnes qui croit que les marques sont négative. Mais surtout, il a présenter la journaliste Naomi Klein et ses idées, que les marques ont un effet négatif sur vous, etait le message principale du documentaire.

- affirmation : la subjectivité
- explication (élément : les images de logos et leur effet)
- explication (élément : la musique)
- explication (élément : le choix d'intervenants – le point de vue de Naomi Klein)

Commentaire
Bien que l'explication reliée à la musique soit difficile à confirmer ou à nier, étant donné sa nature interprétative, l'explication appuyée sur les deux autres éléments démontre une compréhension réfléchie.

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication complète

Le réalisateur Michel Pelletier adopte un approche subjectif avec le choix d'intervenants, et les images. La plupart des intervenants donne l'idée que les marques sont dépassé les limites parce-qu'ils vendent des idées au lieu de produits. Ça c'est démontre avec le réprésentateur de Roots qui explique que leur vêtements donne un sens aux gens qu'ils semblent beau, alors ils sentent bon, et joue bon. Il vend ici plutôt un sentiment qu'un produit. Les images donne un impression aussi que Michel Pellier pense que les marques sont devenue tros important. Ils sont partout. Les images des marques sont présenté vite, un après l'autre et en fin on voit "don't think". Ça c'est ce que les compagnies veut de nous : acheter sans penser, et Michel Pellier veut l'opposé.

- affirmation : la subjectivité
- explication (élément : une synthèse du point de vue de plusieurs intervenants, appuyée d'un exemple du documentaire)
- explication (élément : le choix d'images du montage)

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Explication partielle

Son approche subjective est mise en évidence à cause qu'avec le suject lui mis un emphase sur l'aspects physiques, et des substances materiaux.	affirmation : la subjectivité
Il avait nous démontré que la société mis trop d'importance sur les substances quand c'est vendu a nous selon les marques. Il avait utiliser les images des villes qui ont les vies très vites, avec les magasins que nous savons sont très chères. (Channel, Dior).	explication (élément : le but de Pelletier) / élément : les images
Les voitures dans les rues aussi nous demontre que c'est la vie vite et que les personnes se concernent avec eux-mêmes.	élément : les voitures
Il avait filmé les intervenants avec les intéressants perspectives en faisant sûr de capturer la sincerité dans leurs yeux.	élément : les plans de caméra
La musique choisi était pour la plupart vite pour nous enforcer de voir que les vies de ceux qui mis tout l'emphase sur les substances materiaux est vite et rapide.	élément : la musique

Commentaire
L'élève relève certains éléments et les énumère mais l'explication est soit maladroite, soit absente. Cette réponse démontre alors une compréhension superficielle.

Note obtenue : 1 point

3. Choisissez soit l'annonce publicitaire de Chanel N° 5 (Le petit chaperon rouge), soit celle de Coca-Cola (Les ours polaires).

   Expliquez comment cette annonce publicitaire influence le consommateur à acheter le produit en vous appuyant sur des éléments tels que le thème exploité, les images, les symboles, la trame sonore et les valeurs véhiculées dans l'annonce.

2 points

Premier exemple : Explication complète

L'annonce publicitaire de Chanel No 5 influence le consommateur à acheter le produit en donnant l'impression qu'il aura l'esprit, pouvoir, la beauté et la richesse. Les couleurs sont vif, rouge foncé et l'or rich, les couleurs qui symbolise l'abundance (comme royauté) La femme est libre, mystèrieuse et belle. Si on apporte cette parfum, est-ce qu'on serait libre, mystèrieuse et belle? C'est peut-être un question qu'on demandrais après visioné cette publicité. Quand le loup vient dans la scène, j'ai pensé "Oh no! Danger! " mais elle seulement devait le dit "shhhh" et il l'a obéi. Ça donne l'impression de pouvoir ou control. À la fin de la publicité il y a le tour effel, c'est un vrai place dans notre réalité. Jusqu'à cette point-là c'était imaginaire comme un conte de fée (Le petit chaperon rouge) mais en montrant le tour ça nous apporton à la réalité Et qui veut pas le pouvoir, esprit et richesse?

choix d'annonce publicitaire

explication (élément : influence des valeurs, appuyée d'exemples du documentaire – la richesse, la beauté, le pouvoir)

explication (élément : les manigances du montage)

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication partielle

L'annonce publicitaire de Chanel No 5 peuvent influencer le consommateur dans les differents façons. — choix d'annonce publicitaire

Les images sont belles et il utilise des visage celebres. — élément : les images et les visages

Il demontre le bouteille de parfum comme un potion magic qui est quelque chose un peu mesmirant, et attirant. — élément : l'effet de l'image des bouteilles

Le publicité était une peu comme une histoire avec le petit chaperon rouge qui pouvait même attiré une audience une peu plus jeune. — élément : le conte

C'est plutôt l'idée du publicité avant que le produit. Le parfum est utilisé comme une symbole dans ue façon que c'est magic est il pourrait te protegé. — explication relevant l'importance de l'image des bouteilles

Commentaire

Bien que l'élève dégage l'impact que peut avoir l'image des bouteilles sur le consommateur en soulignant le symbolisme de ces dernières (potion magique), l'élève aurait pu développer l'association avec l'annonce publicitaire (le petit chaperon rouge protégé du loup). De plus, d'autres éléments sont mentionnés sans explication réfléchie.

Note obtenue : 1 point

Troisième exemple : Explication complète

L'annonce publicitaire de Coca-Cola joue sur les emotions parce qu'il encourage les valeurs traditionnels telle que l'importance de la famille. L'image est principalement une famille d'ours polaires qui est content et ne fâche pas. Ils boivent du Coca-Cola et regardent la miracle de lumières qui s'éclate dans le ciel. La musique classique heureuse accompagnie la publicité et contribue à l'impression que tous les familles qui boivent Coca Cola sont contentes et passent beaucoup de temp ensemble. Les couleurs sont brillants et variés. Le logo de Coca-Cola est souvent répéter. Ceci est un autre facteur qui donne le message "Sans des bouteilles de Coca-Cola, vous n'aurez jamais une famille heureuse et complète"

- choix d'annonce publicitaire
- élément : les valeurs traditionnelles
- élément : les valeurs évoquées à partir des images de la famille d'ours polaires et du choix de musique
- élément : les couleurs
- explication (élément : la présence du logo dans l'annonce publicitaire et son agencement avec le message de l'annonce)

Note obtenue : 2 points

Quatrième exemple : Explication partielle

Coca-Cola influence le consommateur à acheter le produit pour plusieurs de raison. Ma première raison est qu'il à des ours polaires, mais ce n'est pas seulement des ours polaires c'est une famille, le père, la mère, et les enfants qui sont vraiment cute. Les parents veux être avec leur famille et veux être content sa me fait arrivée a ma deuxième point. Les ours sont très content, ils sont en dessous une très belle ciel avec une Lune très pleine avec des étoiles et des 'fireworks' chaque famille veux qu'ils sont avec leurs enfants d'être content alors sa me fait acheter leur produit aussi parce quils sont content et tout le monde veux être content.

choix d'annonce publicitaire

explication (élément : le contentement évoqué par l'annonce publicitaire)

Commentaire

L'élève souligne à plusieurs reprises l'idée du contentement évoqué dans l'annonce sans expliquer explicitement le lien entre le produit même et l'effet du contentement sur le consommateur. L'élève aurait pu faire remarquer la tendresse démontrée dans l'annonce (ex : les oursons blottis dans les bras des parents) et ajouter des commentaires au sujet des valeurs recherchées dans la société ou dans le milieu familial.

Note obtenue : 1 point

4. Les commentaires de la narratrice, tout comme ceux de la journaliste Naomi Klein et ceux du philosophe Pascal Bruckner, laissent entendre que « les marques ont dépassé les bornes[1] ».

   Partagez-vous ce point de vue?

   Justifiez votre réaction en vous appuyant sur
   - des références précises du documentaire **et**
   - vos connaissances/expériences personnelles.

3 points

Premier exemple : Troisième niveau

Je suis d'accord avec cet énoncé parce que comme le filme montre, les marques devient plus que les produits. Ce filme montre que les marques devient des "groupes" à quoi les individus peut appartenir. Ca donne un sentiment fausse d'acceptance à des personnes et ça joue sur leurs faiblesses émotionelles. Pour cette raison, les marques ont définitivement dépassé les bornes à cause qu'ils peuvent faire de mal au lieu du bon. Une exemple du filme est le marque de Roots qui vend le talent sportif. Michael Budman, le cofondateur de Roots dit que si tu portes ces vêtements, tu sentiras bien, et si tu te sens bien, tu joue bien. C'est triste de pensé qu'il y a des personnes dans le monde qui croix vraiment ça et qui dépensera leur argent sur cette marque à cause de ça. C'est ca dépassé les bornes! Je connais personellement des gens qui dépensent beaucoup d'argent sur les souliers athlétiques pour cette même raison. Ils pensent qu'un soulier peut vraiment améliorer ta vitesse et alors ils gaspient leur argent sur les marque inutiles. Les marques ont dépassé les bornes parce qu'ils peuvent vraiment affecté des personnes d'une manière négative.

- prise de position
- justification : référence au documentaire démontrant les liens entre l'influence des marques et l'impact émotionnel des marques sur des gens
- justification : expériences personnelles
- suite de la justification : expériences personnelles

Note obtenue : 3 points

[1] Les limites

Deuxième exemple : Deuxième niveau

Oui, je partage cet point de vue, les marques ont dépassé les bornes, les besoins de la société. Comme était dit dans l'émission, avec Channel, à cause que leur perfume était si populaire ils ont brancher dans les autres catégories des ventes; les souliers, les lunettes de soleil, tout parce qu'ils ont déjà dominé les perfumes. C'était aussi dit par Naomi Klein que nous ne besoin pas des nouveaux ordinateurs et des nouveaux vêtements comme les publicités nous disent. À cause qu'il y a toutes sortes de compagnies, ils vont dans des places de ventes qu'on n'a pas besoin. Selon moi, je suis toujours pris pour un tour. Je regrette a dire, mais je me trouves toujours dans les magasins, quand j'ai aucun besoin pour le produit. La semaine passée j'ai achéter une téléphone cellulaire quand j'ai vraiment pas beaucoup d'utilisation pour le.

- prise de position
- référence au documentaire : Chanel
- référence au documentaire : Klein
- justification : le marketing agressif des entreprises
- justification : expériences personnelles

Commentaire

L'élève aurait pu explorer davantage les idées de Naomi Klein afin d'approfondir sa justification. L'ensemble de la réponse démontre néanmoins une bonne compréhension de la tâche.

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Premier niveau

D'une côté oui et d'une autre côté non. Je peut pas mentais je suis un produit de l'influence de marques aussi. Ils sont tout autour de nous quand tu lêve quand tu couche au cours de ta journée vous êtes exposé a des millier de marque qui nous influent de l'acheter. Pour que nos monde fonction les compagnies doivent avoir des marques pour que leur produit peuvent être vue par la publique et consommé ou acheter par lui aussi. Mais il y a un point qu'on commence a dépassé le limite de marques quand le jeunes savent plus a propos de le nouveaux soulier par Nike que de la guerre ou tragédie en les place comme Iraq et Thailand.

- prise de position : mitigée
- justification en faveur de ce point de vue
- justification contre ce point de vue
- justification en faveur de ce point de vue

Commentaire

Même si la réponse est cohérente avec la prise de position mitigée de la part de l'élève, l'élève se sert seulement de ses connaissances/expériences personnelles pour répondre à la tâche.

Note obtenue : 1 point

Compréhension écrite

Marchand de bonheur

5. Expliquez comment le titre de la chanson est développé dans le texte en vous référant aux éléments du texte tels que le message, les champs lexicaux, les images et certaines figures de style.

2 points

Premier exemple : Explication complète

Marchand de Bonheur est dévelopé dans la texte par plusieurs figures de styles. En premier la signification de cet titre est que les marchands ne soucient pas de quoi ils vous vendent simplement qu'ils recoit son argent pour qu'il est en bonheur. Un champ lexicaux qui refere a des personalité des marchands est très visable dans les paroles. Michel Rivard utilise des mots comme; menteurs, cache, mensonge, argent, croirai, méchant. Par impliqué ces mots ils nous présentons avec l'image du média et comment nous sommes "joué comme des fous". L'artiste utilise aussi la repitition pour insister certaines paroles. Par example, "La vérité se cache. Le mensonge nous suit (linges 16, 17/25, 26). Par répéter ces lignes l'artiste mis de l'importance sur ces vers. Selon moi, ces paroles seul expliquent le titre. Car Michel Rivard essaye d'expliquer que la média (les marchands) est rempli des mensonges et essaye de tout le temps câcher la verité pour qu'ils peuvent faire d'argent. Bref, le titre est développé durant tout les paroles par des figures de style et le message de la chanson.

interprétation du titre de la chanson

explication (élément : le champ lexical)

explication (élément : une figure de style et sa pertinence relative au but de Rivard)

conclusion

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication partielle

Marchand de bonheur est une chanson d'un homme qui vient de découvrire que les vendeurs essaie de nous vendre des rêves au lieu de leur produit. Un de les rêves qu'il essait de vendre est le bonheur. L'écriteur utilise les mots avec un conotation plutôt negative, par example - méchant, menteur, vérité se cache, mensonge, l'ennui pour décrire la manière donc les vendeurs essait de manipuler les personnes. L'écriture utilise la noir et blank de la réalité et dis que les vendeurs fait les promess des reves en couleur. Pour accentuer le message, certain ligns sont répêter, pour faire la conclusion du chanson claire.

résumé de la chanson

explication (élément : le champ lexical)

élément : une figure de style

Commentaire

Bien que le champ lexical soit un élément pertinent, l'explication ne nourrit pas suffisamment le développement du titre dans le texte.

Note obtenue : 1 point

Marchand de bonheur

6. Michel Rivard laisse entendre que le marchand de bonheur vend du rêve.

   Partagez-vous ce point de vue?

   Justifiez votre réponse en vous référant
   - à des éléments précis du texte **et**
   - à vos connaissances/expériences personnelles.

3 points

Premier exemple : Troisième niveau

Oui, je suis d'accorde avec Michel Rivard. Le marchand de bonheur vend du rêve, les façons comment sont explique dans la chanson et les exemples se trouve dans la vie. M Rivard dit « Ma vérité se cache dans la routine et l'ennui ». (21) Il parle de la vérité qui est perdu dans le montant giant des annonces publicitaires, pour rendre plus riche le marchand, et aussi oublie dans nos vies répétatives. Le marchand dit qu'il offre la chance d'arrêter l'ennui et de vraiment vivre extradinairement. Ils nous « faites rêver en couleur » mais ce n'est pas la réalité, seulement un rêve qu'il nous vendons. Les rêves d'êtres plus populaire est possible avec Schmirnof Ice, dit le marchand par les annonces publicitaires que je vois au télévision. Ce publicitaire montre un fête ou tous les personnes sont joieuses et inclu.
Le marchand te fait croire que c'est votre bonheur qu'il tient à cœur. NIKE t'encourage de faire votre mieux et l'Oreal te dit que tu mérit la beauté. Si le marchand te convaincre qu'il essaie t'aider tu va lui écoute quand il explique vos rêves, et leur prix.

- prise de position
- justification appuyée sur des références au texte : la vérité qui se cache dans la vie routinière de Rivard versus les rêves mensongers des marchands
- justification : connaissances personnelles appuyées de certaines interprétations de la chanson

Note obtenue : 3 points

Deuxième exemple : Deuxième niveau

Je ne partage pas ce point de vue que Michel Rivard laisse entendre que le marchand de bonheur vend du rêve. Michel dit que le marchand lui fait "rêver en couleur", mais c'est tout. Le marchand de bonheur ne vend pas du rêve. C'est plutôt une image qu'il décrit. Je pense qu'il (Michel) voulait que ce image arrive en realité. Tout ce que le Marchand de bonheur veux est de l'argent. Il essaye tout les façons possibles, qui inclus de caché le verité en se mentir. De mes connaissances, quand vous vend quelque chose à la consommateur, on doivent dire la verité. Ils vous dit que d'être l'honnête est le plus bien politique! C'est un bon façon a suivre, mais il y a beaucoup de personnes qui juste veux l'argent, n'importe de quel méthode qui fonctionne, ils vont le prend.

prise de position

justification appuyée de certaines interprétations du texte de la chanson

justification : connaissances personnelles

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Premier niveau

Le marchand de Bonheur vend du rêve. Il vend un rêve au personne quand le personne veut just la realité "moi je veut mon bonheur, sur du noir et Blanc, vous me faites rêver en couleur. Je pense que le Marchand de bonheur veut donné plus que vie simple et honête il veut donné un vie extraordinaire, mais pour avoir sa il montre que tu besoin de vivre un vie different. Le personne veut vivre un vie de bonheur et honête. Et que le marchand de bonheur veule just l'argent et le Bonheur. Alors la Marchand de Bonheur essaie de vendre du rêve mais il coute un peut plus que l'argent, il cout du Bonheur aussi.

prise de position

justification appuyée d'une référence au texte

Commentaire

La nature répétitive de cette réponse démontre une compréhension limitée de la notion du rêve dans la chanson. L'élève aurait dû relever d'autres citations de la chanson dans le but d'établir un fil conducteur dans sa justification. De plus, l'élève oublie d'incorporer ses connaissances/expériences personnelles dans sa réponse.

Note obtenue : 1 point

Quatrième exemple : Premier niveau

Je pense que oui et non il vend des rêves. Dans le video nous avons regarder pour l'examen ils ont montré le Chanel N°5 frégrance et leur façon de publié cet produit etait un peu comme un rêve et dans une monde de fantasie. C'est un example des advertisements qui vendre "Ta vie va être meuilleur si vous l'achetez". Mais aussi dans le film ils ont montré les stratigies de United Colors of Bennetton est ils essay de utiliser des advertisement réalistique. Les advertisments sur le télèvision pour Milk sont aussi réalistique Ils ont des adolessants qui essayer de inforcer des autres adolessents à boir du lait. À mon avis J'aime des advertisements J'aime voir les stratagies qu'ils essayer à vendre à la publique, même des slogans sont intelligent sans les advertisements la vie va etre ennuyex.

prise de position

justification appuyée d'une référence au documentaire

justification : commentaires

Commentaire

Bien que l'élève se serve de ses connaissances personnelles et des renseignements du documentaire, il n'y a aucune référence à la chanson. Etant donné que ses références au documentaire peuvent aussi être considérées comme des connaissances personnelles, l'élève obtient un point.

Note obtenue : 1 point

Les affiches publicitaires de l'itinérance et d'Aéroplan

7. Choisissez l'une (1) des deux affiches publicitaires et dites comment elle est efficace.

   Expliquez votre réponse en vous référant à des éléments de l'affiche tels que le texte, l'image et les rapports entre l'image et le texte.

   2 points

Premier exemple : Explication complète

L'affiche publicitaire « Solidaires face à l'itinérance » est efficase a cause que la publicité nous fait réflechir sur nos vies et notre société. En regardent a l'affiche et le texte, « si on essayait de comprendre avant de préjuger » sa nous donne une idée de la future. À cause que c'est écrire en imparfait , il nous fait penser de comment nos vies seriont si nous acceptons tous les personnes sans les préjuger. Pour la plupart de temps quand on voit les sans-abris nous sommes hésitant de leur approcher ou de les aider. L'image de l'homme sur l'affiche nous donne l'impression qu'il est gentil avec son gros sourir et ses yeux si gros. Il a l'aire d'un homme très abordable et accessible, qui est le contraire de les stéréotypes et nos préjugés. L'image correspond très bien avec le texte parce que ça nous dit que nos premiers pensés ne sont pas toujours correct et que nous devrions pas préjuger qui est exactement ce que le texte nous dit.

commentaire : l'impact de l'ensemble des éléments de l'affiche

explication (éléments : le « si » hypothétique du texte, les sentiments évoqués par l'image de l'homme, les rapports entre l'image et le texte)

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication insuffisante

Dans l'affiche de l'itinérance il y a un homme qui regard pauvre. Mais beaucoup de personnes seulement regard a cela. Si les gens oublier de cela peutaitre il y a plus. Beaucoup de personnes vont juger un person par leur apparence, mais sa c'est seulement la surface. Ce hommne est probablement pas méchant, errogant ou même fou. Mais parce que les gens seulement voir qu'est-ce que est au surface ils vont penser qu'il est méchant, errogant et fou. Les gens doit arreter de préjuger des personnes avant de savoir qui il sont.

élément : l'allure de l'homme

point de vue

Commentaire

L'élève cerne un élément de l'affiche publicitaire sans expliquer comment l'élément rend l'affiche efficace. Un élément relevé sans explication demeure une explication insuffisante.

Note obtenue : 0

Troisième exemple : Explication complète

L'affiche publicitaire d'Aéroplan est efficace pour plusieurs raisons. Prémièrement, le photo au milieu est très brillante avec beaucoup de couleurs qui attire l'attention comme le rouge, l'orange, le bleu et le violet. C'est un façon éfficace d'attirer l'attention et aussi pour faire ressortir l'annonce, qui est utile lorsque cette affiche publicitaire est mis avec les autres, disons dans un journal. Dans le photo, un homme danse avec une femme, mais regarde le façon qu'ils regardent l'un à l'autre, et le façon qu'ils touchent. La famme porte aussi des très belles souliers est un robe très chic alor tout en tout je pense qu'il y a un aspect très sexuelle de cette annonce publicitare. Ça vend plus que une voyage en avion, ça vend une vie exotique, romantique et aventureuse. Cela fait appel aux personnes qui sens qu'ils vivent des vies très ordinaires (et je pense que ca c'est la plupart des personnes) alors c'est très éfficace. Le texte au bas dit aussi "Votre rêve vous attend. Vivez-le maintenant. Cela montre qu'ils vendent vraiment la rêve d'un nouveau vie et je croix que ca donne un sens d'urgence, d'aller achèter cette voyage maintenant, et pour ça, c'est très éfficace.

explication (élément : l'efficacité des couleurs choisies)

explication (élément : la sensualité du couple)

explication (élément : la réaction évoquée par le texte de l'affiche)

Note obtenue : 2 points

Quatrième exemple : Explication partielle

Aéroplan. Les targets et les partenaires romantique « Avec de 100 partenaires, 720 destinations » Vers 1 pour utilise leur service pour aller au destination different. Dans le photo l'annonce publicitaires inclus un couple que danse dans un place avec vintage. Le photo dit tout mais au bas Aéroplan à écrit/parle des partenaires aller au destination de rêve et aussi explique les choix « Avec Aéroplan, vous choisissez la classe de service que vous préférez » vers 4. C'est plus efficase parce que Aéroplan sais leur target et avec leur photo il demontre le target aussi avec leur chose écrit il demontre encore. Le publicitaires aussi pour sedui le consumateur avec le choix aucune restrictions.

élément : le texte

élément : le couple

explication (élément : le texte)

Commentaire

L'élève cerne des éléments de l'affiche, mais son explication est soit absente, soit trop faible par rapport à l'efficacité des éléments.

Note obtenue : 1 point

Mister Joe

8. Michel Tremblay donne un ton humoristique à son récit.

   Expliquez comment ce ton est mis en évidence en vous référant à des éléments du texte tels que le style (vocabulaire, figures de style, type de phrases, temps de verbes), certains des personnages et la narration des événements.

2 points

Premier exemple : Explication complète

Le ton humoristique est mis en évidence par la façon qu'il exagère des choses. "... mais de toute façon catastrophique parce qu'on n'emmène pas un enfant qui n'a jamais vu un film de sa vie voir un gorille..." (42-44) ou, "Le monde au complet bascule." (83) En réalité c'était pas un catastrophe et le monde n'a pas basculé, mais c'est très drole parce que ça démontre un peu la pensée des enfants. Dans son écriture il utilise beaucoup d'exclamation. "Encore!" (71) et, "Horreur sans nom!" (80). L'humor est aussi introduire par la façon de la narration des événements. Dans plusieurs scène, je peut totalement dit, "J'était déjà été là!" Par exemple quand il dit, "C't'assez pour le marquer pour le restant de ses jours, ça! Son lit est placé à côté du châssis, que c'est que tu penses qu'y va penser, à soir, quand y va se coucher? Y va voir des singes partout, c'est sûr!" (120-123) Plusieurs soir je me suis pas dormir à cause de les monstres. Quelque chose est droll quand on peut faire un lien avec.

explication (élément : le style – l'emploi de l'exagération et les phrases exclamatives soulignant les pensées de l'enfant)

explication (éléments : la narration des événements et son rapport avec le vécu des lecteurs)

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication partielle

Michel a utilisé un ton humoristique qui est démontré en son style d'écriture. Quand il parle comme un adulte en reflexion les phrases sont plus longues et le vocabulaire est plus avancé. Mais quand il parle comme un jeune qui experience ceci les phrases sont plus petit et comprehensible. C'est charmant. Quand il raconte ses experiences, c'est comme s'il le trouve drôle maintenant, et il rit a propos son réaction. Quand un auteur trouve son situation amusante, c'est très probable que l'audience trouve les événements amusantes aussi. Michel parle franchement a propos son crainte, et l'histoire lui-même est amusante. Alors le ton humoristique est évident pendant le longue de l'histoire.

interprétation des effets de certains éléments de style

Commentaire

L'élève aurait dû ajouter des références précises tirées du texte afin d'établir un parallèle direct entre ses observations et le style de l'auteur. En l'absence de ces éléments du texte, l'explication demeure limitée.

Note obtenue : 1 point

Mister Joe

9. Croyez-vous que Michel Tremblay ait réussi à nous faire vivre sa première expérience au cinéma?

   Justifiez votre réponse en vous référant
   - à des éléments précis du texte **et**
   - à vos connaissances/expériences personnelles.

3 points

Premier exemple : Troisième niveau

Oui je pense que Tremblay a réussi a nous faire vivre l'experience au cinéma. Il a réussi parce qu'il n'a pas donné seulement une description de ce qu'il a vu sur l'écran mais il a donné une grand description des émotions qu'il a senti après qu'il a vue le gorille. Il a mentionné qu'il a hurlé et comment il a essayer de faire des grandes respirations pour lui calmer. Il a parlé a propos de sa rêve se soir la et avait dit a propos des gorrilles : "leurs levres ourlées en un affreux rictus, leurs dents si puissantes prêtes a se planter dans mon cou si fragile." (lignes 148-150) L'explication de cette rêve peut certainement évoqué des émotions dans des lecteurs et faire vivre cette experience. Je pense même que Tremblay a réussi de découvrir la première experience traumatisante de ses lecteurs personellement avec "Mister Joe". À cause de sa longue description, c'est très probable que des lecteurs vont relié cette expérience avec quelque chose traumatisant qu'ils ont experiencer dans leurs passés et je pense que c'était un but pour Tremblay quand il a décidé d'écrire ce texte.

prise de position

justification appuyée des références au texte soulignant les techniques de narration de l'auteur – les émotions évoquées et par les images de l'écran et par le rêve

interprétation de l'effet des techniques mentionnées auprès des lecteurs

Commentaire

Même si les connaissances/expériences personnelles de l'élève ne sont pas explicites, son interprétation de l'effet des techniques de narration auprès des lecteurs dénote certainement une compréhension approfondie.

Note obtenue : 3 points

Deuxième exemple : Deuxième niveau

Je crois que oui, Michel à me faire vivre sa première expérience au cinéma. On a tous eu un expérience horrible en regardant un filme d'horreur alors on peut comprendre ce qu'il sent. « Est-ce que j'ai vraiment vu une ombre se profiler dans la fenêtre? Mon cœur s'arrête de battre. » Michel joue sur les émotions de l'audience, en savant que tout le monde avez vu un filme comme cela, et demandé cet même question. « Je suis debout devant mon siège, raide comme une barre, et je hurle. » Michel est très déscriptive qui vous mets dans le scènario. Vous pouvez imaginé la scène comme si vous étiez là. Moi aussi, j'ai criée à haute voix pendant un filme d'horreur, alors je comprendes son situation. En utilisant assez de description et les situations familiers, nous vivons vraiment sa première expérience au ciné.

prise de position

justification et références au texte

expériences personnelles

Commentaire

Bien que les expériences personnelles de l'élève soient limitées, sa justification et les références au texte démontrent une bonne compréhension du récit.

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Premier niveau

Je crois que oui il a reussi a nous faire vivre ca premier experience au cinéma. Juste parce-qu'il etait tellement descriptive et allé en tellement détail que tu peuvent presque voir la film toi même. Au premier page paragraph 50 il commence a parlais de ce qu'il voyait arrivé sur l'écran, Et tu peuvent imaginé au ce point le terreur que vous même peut avez si tu était un petit enfant entrein de voir tous ça au une écran énorme. Je sais quand j'ai était petit et voyait les film un peut effrayante au cinéma ça me faisais très peur aussi et le description que Michel Tremblay a utilisé a ce texte me renvoyais a ce temps.

prise de position

justification et référence au texte

expériences personnelles

Commentaire

Bien que l'élève semble comprendre le récit, sa réponse est simpliste et les associations entre le texte et le raisonnement sont limitées.

Note obtenue : 1 point

La télévision qui tue

10. Quelles relations établissez-vous entre l'illustration (page 17 du *Recueil de textes*) et le texte de l'article?

    Expliquez votre réponse en établissant des liens précis entre l'illustration et le texte.

2 points

Premier exemple : Explication complète

Les relations entre l'illustration et texte étaient tellement forte en concernant plusieurs faits présenter. L'illustration demontre d'un façon tres claire que la violence au télévision est NEGATIVE est que ça pourrait affecter nos cerveaux et nos actions.

observations

La raison qu'on vois cela est à cause du lapin qui manque un jamais [jambe]. On pouvais assumer que la jeune fille l'a fais.

élément tiré de l'illustration

Un exemple du texte qui supporte le fait que les jeunes sont tellement effecter est : "L'enfant aura vu 40 000 meutres et 200 000 autres actes de violence avant l'âge de 18." Ça demontre ce que les jeunes sont subjecter à celui ci demontre l'action derrière. "Plus les enfants voyaient de la violence à la télé avant l'âge de 18, plus leur comportement à 18 était agressif". C'est évident que lorsque l'illustration montre un jeune fille que la plupart d'influence de médias violents leur effectent.

explication appuyée des références au texte (le nombre d'actes de violence et l'influence de cette violence sur des jeunes) et des interprétations reliant ces références à l'élément

Sociologiquement les enfants peuvent changer à cause de ça ET pschologiquement. Le dessin est un peu épeurant et ça montre simplement que le texte va offrer des faits d'un côté negative sur la violence à la télevision. En autres mots ça te donne une idée et te prépare.

explication : le but de l'illustration relative au message du texte

Note obtenue : 2 points

Deuxième exemple : Explication complète

Il y a plusieurs liens entre l'illustration et le texte de l'article. Les deux présentent l'influence néfaste des médias sur les jeunes. La majorité des statistiques et études s'applique seulement pour les jeunes. Dans la photo c'est une jeune fille dans les pajamas trop grands toute seule devant la télévision. La fille semble d'avoir peur. Elle a l'air faible et abandonée. L'article s'afirme que les enfants sont seuls face à la violence. "Il y a 25 actes de violence à l'heure dans les dessins animés du samedi matin, les emissions les plus regardées par les enfants sans supervision." (19) Le lapin blessé dans l'image répresente la violence que l'enfant exercera dans sa vie. "... plus les enfants voyaient de la violence à l'âge de huit ans, plus leur comportement à 18 ans était agressif." (11).

Evidemment la main qui tien couteau vers l'enfants represente la violence dans les programmes de télévision et la façon qu'il sont créer pour attirer l'attention des jeunes. "un petit Americain aura été temoins de 8 000 meurtres et de 100 000 autres actes de violence" (a la fin de son primaire) (20).

observations

1er élément tiré de l'illustration

explication appuyée des références au texte

explication : 2e élément tiré de l'illustration, interprétation de l'élément et référence au texte

explication : 3e élément tiré de l'illustration, interprétation de l'élément et référence au texte

Commentaire

L'appréciation d'une explication aussi profonde et aussi réfléchie que celle-ci ne devrait pas influencer la note accordée à d'autres réponses qui sont peut-être de qualité inférieure relativement au contenu et à l'organisation, mais qui répondent tout de même aux attentes d'une explication complète.

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Explication partielle

L'image est d'un télévision qui a un bras avec un couteau dans la main, puis un fille qui fait peur parce qu'elle visionne la télévision. « La télévision qui tue » est a propos de comment la violence au télévision peut-être réflet pour quoi il y a autant de violence dans la société autour de nous-mêmes. « En 1977, un adolescent de 15 ans, Ronny Zamora, tua d'un coup de feu sa voisine de 82 ans. Non-coupable, plaida son avocat, Ellis Rubin : la gamin a trop regardé la télevision! » (paragraphe 6) Cette phrase-là me dit qu'il y a un gros problème. L'image est enfin bien relié à la texte parce que dans certaines cas, des gens son violents et des fois fatale, à cause du violence à la télé.

élément tiré de l'illustration

synthèse du texte

référence au texte

explication

Commentaire

L'élève semble vouloir souligner l'effet de la violence sur la société. L'élève ne tient pas compte cependant du fait que la plaidoirie de l'avocat a été rejetée; la référence n'est donc pas cohérente avec l'explication de l'élève. De plus, les relations entre l'élément tiré de l'illustration et l'explication ne sont pas clairement démontrées.

Note obtenue : 1 point

La télévision qui tue

11. Cet article vous a-t-il convaincu des effets néfastes de la télévision dans la société?

Justifiez votre réponse en vous référant
- à des éléments précis du texte **et**
- à vos connaissances/expériences personnelles.

3 points

Premier exemple : Troisième niveau

Oui, cet article m'a convaincu des effets néfastes de la télévision dans la société. L'auteur a utilisé des statistiques choquants pour décrire l'effet de la violence. Par exemple, je ne savais pas auparavant qu' "il y a 25 actes de violence à l'heure dans les dessins animés du samedi matin." (19) De plus, ca m'a derangé de lire "qu'un adolescent typique voit 14 000 rapport sexuels par année à la télé" (29). Evidemment, la télévision ne font pas la promotion des valeurs ou morales. Cet article m'a fait reflèter sur mes habitudes. Hier, j'ai vu 'Sex & the City" Est-ce que cette programme aura un effet sur mes croyances? Je me demande aussi si les chansons d'Eminem ont un effet néfaste sur les habitudes de mon frère? (c'est sa musique préferée.)
De toute façon, je suis certaine que la télévision contribu à la développement de la violence dans notre société.

- prise de positon
- justification appuyée d'un élément précis du texte, des références au texte, d'une réaction et d'une observation de la part de l'élève
- connaissances/expériences personnelles
- retour sur la prise de position

Note obtenue : 3 points

Deuxième exemple : Deuxième niveau

Oui, je suis convaincu que c'est la télévision qui rend notre société à ce qu'il est aujourd'hui. Mais j'ai aussi vu moi-même les effets négatifs que la télévision à. J'ai pris soin d'un petit garçon et ses parents m'on dit qu'il était interdit de regarder la télévision sauf les programmes de "Treehouse". Quelque mois plus tard, ils m'on dit qu'il était permit de regarder ce qu'il voulait. J'ai vu immédiatement l'effet qu'il avait. Auparavent, il aimait jouait avec ses autos et faires des casse-tête, il était maintenant plus violent et il parlait seulement des Powers Rangers et des robots qui tuent d'autres robots. La texte dit que « les garçons qui avaient regardé le plus d'émissions violentes avant l'âge de huit ans étaient le plus susceptibles d'avoirs des ennuis avec la justice » (pg 18 paragraphe 10). Les enfants apprennent le plus de choses quand ils sont jeunes et il se souviendra de les choses qu'ils ont vu.

prise de positon

connaissances/expériences personnelles

référence au texte

affirmation

Commentaire

Cette réponse témoigne d'une bonne compréhension grâce à la cohérence entre les connaissances/expériences personnelles et la référence pertinente au texte.

Note obtenue : 2 points

Troisième exemple : Premier niveau

A un certain point oui je suis d'accord que la television a les effets néfaste dans la societé. Il y a beaucoup de violence au telé et plus en plus de enfants vois cela. Ca ces un problème mais je pense pas que ces la telé qui et responsable de chaque chute de meutre ou tragédie qu'on rencontre au monde. Je pense que ces la responsabilité des parents de sensoré ce que leur eléve regarde sur la telé. Les programmes sur la telé et de l'expression créative et pour le divertissement et ci tu ne l'aime pas tu doit pas le regardé, ces simple que ça. Si un enfants regarde du telé et décide d'aller tué quelqu'un au future je pense qu'il ou elle avait les problème mentaux au début qui n'etait pas s'adresser et la television peuvent pas être la cause de chaque crime commis, ses ridicule.

prise de position

connaissances/expériences personnelles

Commentaire

Les connaissances/expériences personnelles de l'élève sont pertinentes. Une tâche critique exige cependant une réaction de la part de l'élève et des « références à des éléments précis du texte ». Etant donné que l'élève se sert seulement de ses connaissances/expériences personnelles, la note est réduite au premier niveau.

Note obtenue : 1 point

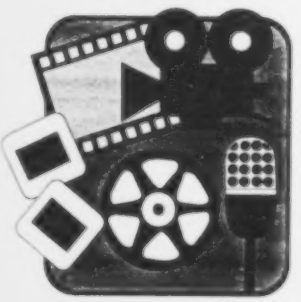
Analyse de textes d'élèves

Test basé sur les normes

Français langue seconde – immersion
40S : Langue et communication
Secondaire 4

Production écrite

L'influence des médias



Janvier 2005

Manitoba

Tous droits réservés © 2005, la Couronne du chef du Manitoba représentée par le ministre, Éducation, Citoyenneté et Jeunesse Manitoba, Division du Bureau de l'éducation française, Section Mesure et évaluation, 1181, avenue Portage, Winnipeg (Manitoba) R3G 0T3 CANADA.

ISBN : 0-7711-3403-7

Note : Dans le présent document, les mots de genre masculin appliqués aux personnes désignent les hommes et les femmes.

Les exemples fournis dans le présent document sont des textes authentiques écrits par des élèves de secondaire 4 en janvier 2005 dans le cadre du *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Tous les droits ont été libérés par les élèves.

La reproduction de ce document à des fins éducationnelles non commerciales est autorisée à condition que la source soit mentionnée. Toute autre reproduction est interdite.

Table des matières

Introduction 1

Vue d'ensemble de la Production écrite 3

Tâche d'écriture 3

Premier texte argumentatif 5

Analyse du premier texte 8

Deuxième texte argumentatif 15

Analyse du deuxième texte 18

Troisième texte argumentatif 23

Analyse du troisième texte 26

Introduction

Vous trouverez dans le présent document les analyses de trois textes argumentatifs authentiques, écrits par des élèves de secondaire 4 en janvier 2005 dans le cadre du *Test basé sur les normes, Français langue seconde – immersion, 40S : Langue et communication*. Chacun des textes a été analysé selon les « Éléments recherchés de l'organisation, du contenu, du style et des règles de la langue » pour faire ressortir les points forts et les points à améliorer. Ces éléments sont présentés selon une échelle d'évaluation à cinq niveaux intitulée « Grille d'évaluation d'un texte argumentatif », insérée à la fin de la *Clé de correction, Production écrite*. Un (1) représente le niveau le plus faible tandis que cinq (5) représente le niveau le plus fort. La cote finale (5, 4^+, 4, 3^+, 3, 2^+, 2, 1^+ ou 1) **par rapport à l'ensemble du texte** a été accordée en tenant compte des chevauchements possibles entre deux niveaux de performance et du fait que les éléments recherchés relatifs à l'organisation, au contenu et au style valent 75 % de la cote accordée tandis que les règles de la langue en valent 25 %. De plus, les textes ont été décortiqués afin de mettre en évidence les éléments du texte argumentatif qui les constituent. Les documents *Apprendre à argumenter*,[1] de Suzanne-G. Chartrand, et *Français langue seconde – immersion : Langue et communication, Secondaire 4, Programme d'études, Document de mise en œuvre*,[2] ont été consultés pour l'analyse.

Un aperçu du déroulement de la Production écrite, les deux tâches d'écriture entre lesquelles l'élève devait choisir et les exigences liées au projet d'écriture sont présentés à la page 3. Les tâches d'écriture ont été élaborées à partir des résultats d'apprentissage présentés dans le document *Les résultats d'apprentissage manitobains en français langue seconde – immersion (M-S4)*[3].

---

[1] Sous la direction de Suzanne-G. Chartrand, Sylvie Desgagné, Gilles McMillan et Badiâa Sekfali, *Apprendre à argumenter, 5e secondaire*, Saint-Laurent, Éditions du Renouveau pédagogique, 2001.

[2] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Français langue seconde – immersion : Langue et communication, Secondaire 4, Programme d'études, Document de mise en œuvre*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, juin 2000.

[3] Éducation et Formation professionnelle Manitoba, *Les résultats d'apprentissage manitobains en français langue seconde - immersion (M-S4)*, Winnipeg, Division du Bureau de l'éducation française, décembre 1996.

Vue d'ensemble de la Production écrite

Le tableau suivant présente le cadre temporel et les activités de l'élève liées à la tâche d'écriture.

Composante	Jour	Durée	Activités de l'élève
Prise de notes	du 7 au 11 janvier et Jour 1	travail fait à la maison et 40 minutes de visionnement	• lire cinq textes dans le *Recueil de textes* • prendre connaissance de deux affiches publicitaires • prendre des notes sur ces documents • visionner un documentaire deux fois
Production écrite	Jour 3	180 minutes	• choisir et organiser ses idées • rédiger, réviser et corriger son brouillon • transcrire sa version définitive dans le *Cahier de l'élève, Production écrite*

Tâche d'écriture

L'élève devait choisir l'**une** des deux tâches suivantes pour rédiger son texte argumentatif.

1. *Le Magazine Jeunesse* mène une enquête sur les influences qu'exercent les émissions de télévision et de radio, les films, les journaux, les revues et Internet dans la société actuelle. Dans le cadre de cette enquête, *Le Magazine Jeunesse* sollicite l'opinion de ses lecteurs sur le sujet suivant :

   Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle?

   En réponse à cette question, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.
   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

ou

2. On vous invite, en tant que président du conseil étudiant de votre école, à participer avec des parents, des éducateurs et des élèves à une table ronde consacrée aux influences des médias dans la société. La question à débattre est la suivante :

   Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?

   Afin de vous préparer, rédigez un texte d'environ 500 mots dans lequel vous exposerez votre point de vue, développé en trois aspects et appuyé d'arguments.

   Pour construire votre argumentation, référez-vous au documentaire que vous avez visionné et aux textes qui vous ont été fournis. Référez-vous également à vos notes et à vos réflexions.
   Intégrez **des références** dans votre texte; vous devez tirer ces références de divers documents parmi ceux qui vous ont été fournis (le documentaire et les textes).

Premier texte argumentatif

Tâche choisie : *Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?*

INTRODUCTION

sujet amené

sujet posé

sujet divisé

point de vue

1 *Combien d'annonces publicitaires voyez-vous à chaque journée? Je ne sais pas si on peut prendre compte de çela car le nombre est tellement grand. Si on voit un montant immense d'annonces publicitaires à chaque journée, pensez-vous que l'influence des médias est trop grand dans la société d'aujourd'hui? Dans un âge avec une industrie de la mode manipulative, des sources de nouvelles remplies d'histoires effrayantes et un monde dépendant de la télévision violente, je crois que oui, les médias ont trop d'influence dans la société d'aujourd'hui.*

DÉVELOPPEMENT

1er ASPECT

point de vue

argument

explication incluant une référence indirecte

déduction/ affirmation

affirmation

déduction

2 *Pour commencer, l'industrie de la mode, un des médias les plus prolifiques, est une industrie qui a une influence massive et aussi est une industrie qui cause des effets néfastes sur la population. Cette industrie est remplie de modèles minces et attrayantes qui sont montrées comme étant normale. Cette industrie comme n'importequelle d'autre, veut seulement son argent, comme illustre Michel Rivard dans sa chanson Marchand de bonheur aux vers 5 à 7. En utilisant des modèles avec des corps minces au point que la population génerale ne sera jamais être capable d'atteindre leur niveau de "beauté", cette industrie manipulative assure qu'on achetera leurs vêtements encore et encore pour devenir comme leurs modèles, mais ça ne va jamais arriver. Cette industrie à une influence si prolifique que les désordres alimentaires deviennent une problème massive. Ainsi, parce que leur prise sur la société est tellement forte, leurs prix sont très élevés, alors c'est que les classes riches qui peuvent*

référence (citation)

reprise de l'argument/ conclusion du 1er aspect

être à la mode. Rivard chante aussi qu'il en a assez de ce "marchand de bonheur" aux vers 37-39 ou il dit "Arreter de me faire croire/Que c'est ma vie/Qui vous tient à coeur." C'est l'industrie de la mode qui prend contrôle de nors corps et notre argent.

2e ASPECT

point de vue

explication incluant un exemple

déduction

exemple (vécu de l'élève)

illustration incluant une référence (citation)

argument/ conclusion du 2e aspect

3 *En deuxième lieu, les médias qui nous apportent des nouvelles ne nous apportent pas des nouvelles exactes et subjectives, ils nous instille avec la peur et la haine. Ces nouvelles que nous écoutons, lisons et voyons viennent de la part des compagnies qui ont des profits à gagner dans les guerres qu'ils réportent et aussi des interêts politiques. Car que notre reseau des médias de nouvelles est tout dominé par quelque compagnies, par example CanWest au Canada, c'est impossible d'éviter ces biais. Quand je voit un réportage des affaires dans l'Irak ou n'importequel d'autre pays du moyen-orient, je le trouve difficile à croire. Même ici en Amerique du Nord, les minorités sont sous represantés au télévision et quand ils sont representés, c'est dans des situations stéréotypiques. On peut lire dans l'article "La télévision qui tue" au paragraphe 24 que "les méchants sont en nombre disproportionné mâles, pauvres, jeunes et latinos ou étrangers. " C'est les nouvelles qui prennent contrôle de nos têtes et qui nous donnent des biais culturels.*

3e ASPECT

point de vue

illustration/ mise en contexte

explication incluant des références indirectes

4 *En dernière lieu, c'est la télévision en entier qui influence notre société d'une façon massive. Ça contribue aux problèmes déjà rélévées dans ce texte, mais beaucoup d'autres problèmes sont à cause de ce boite magique que les americains passent le tiers de leurs temps libres à adorer (La télévision qui tue, paragraphe 24). De plus en plus, la télévision est determinée comme cause de l'agression dans notre société (La télévision qui tue, paragraphe 8) et le montant de télévision qu'on regarde est en train de monter.*

(suite) explication incluant des références indirectes

commentaire/ opinion

argument/ conclusion du 3e aspect

En plus, la défence de certains avocats a même été que leur client n'est pas coupable, mais que c'est à cause de la télévision (La télévision qui tue, paragraphe 6). Personellement, si je regarde la télévision, je trouve que c'est facile d'identifier des multitudes d'actes violents qui se passent dans une courte période de temps. C'est la télévision qui gouverne comment on se comporte.

CONCLUSION

rappel du point de vue

synthèse de l'argumentation

ouverture (recommendation renforcée de l'ironie)

5 *En conclusion, je pense qu'il faut faire quelquechose à propos de cette influence néfaste des médias de nos jours. Tous ces trois problèmes sont des vulnérabilités qui peuvent se combiner : notre insecurité de soi qui parvient de l'industrie de la mode s'additione avec notre insécurité des autres qu'on reçoit des nouvelles et l'aggression qu'on apprend de la télévision se manifeste plus facilement. Je recommende qu'ensemble nous parlons des valeurs qu'on veut manifester dans notre société et nos médias, mais il faut que c'attende une demi-heure car mon émission preferée vient juste de commencer.*

Analyse du premier texte

Cote finale : 3

Énoncé général – *Le texte témoigne d'une clarté et d'une certaine réflexion.*

Introduction : Niveau de performance 4

Points forts

- L'introduction oriente immédiatement la suite du texte.

- L'amorce cerne le contexte, et l'étayage des éléments de l'introduction, c'est-à-dire les sujets amené, posé et divisé et le point de vue de l'élève, démontre une bonne connaissance du sujet.

- La question rhétorique et la mise en situation du sujet posé servent à interpeller le lecteur. De plus, l'élève emploie un vocabulaire connoté en énumérant les éléments de son sujet divisé. Ces marqueurs de point de vue démontrent un engagement même si l'agencement des composantes de l'introduction est prédictible. Le tout est caractérisé par une certaine touche personnelle.

Développement de l'argumentation

THÈSE ET ASPECTS PRÉSENTÉS : NIVEAU DE PERFORMANCE 4

Point fort

- La thèse adoptée et les aspects développés manifestent une certaine réflexion; chacun des aspects constitue un volet distinct et cohérent. L'élève présente, dans son texte, les aspects social, culturel et psychologique.

Point à améliorer

- Même si les trois aspects sont distincts et cohérents, la thèse du deuxième aspect n'est pas clairement étayée. Le début du paragraphe suggère un aspect émotionnel (« la peur et la haine » propagées par les médias) tandis que l'élève explore plutôt l'aspect culturel (la subjectivité des médias).

ARGUMENTS : NIVEAU DE PERFORMANCE 3

Points forts

- Les trois arguments font appel à la raison et évoquent les conséquences reliées aux influences des médias. Tous les trois ont également recours à des exemples particuliers pour appuyer des affirmations générales.

- Les arguments avancés sont convenables.

- L'élève se sert de deux documents différents pour appuyer son argumentation.

Points à améliorer

- Même si la plupart des citations sont bien choisies, l'élève ne réussit pas souvent à mettre ses références en contexte, ce qui force le lecteur à interpréter son intention. Par exemple, la deuxième référence/la citation du deuxième paragraphe (1er aspect) démontre clairement que Rivard, donc des gens de la société, refuse de se laisser manipuler par les médias. Cette citation contredit l'idée principale du paragraphe, c'est-à-dire que la société est victime des médias.

- En ce qui concerne la référence au texte, *La télévision qui tue*, (3^{e} paragraphe/2^{e} aspect), l'élève ne respecte pas le contexte de la citation. L'élève souligne les stéréotypes culturels présents dans les nouvelles en relevant une citation du texte qui se rapporte aux émissions de fiction.

STRATÉGIE ARGUMENTATIVE : NIVEAU DE PERFORMANCE 3

- **Procédés argumentatifs utilisés**

Point fort

- L'explication argumentative est le procédé dominant de ce texte. L'élève se sert d'affirmations, d'illustrations et d'explications dans le but d'appuyer le bien-fondé de son point de vue.

- **Progression des arguments**

Points forts

- Le plan utilisé est l'accumulation d'arguments.

- L'élève étaye son argumentation en se servant d'abord d'un aspect plus global (l'aspect social) et en se dirigeant vers un aspect plus personnel (l'aspect psychologique) en passant par l'aspect culturel.

Points à améliorer

- Les phrases dont l'élève se sert afin de présenter les premier et troisième aspects reprennent les mêmes idées, ce qui n'incite pas le lecteur à poursuivre sa lecture.

- Bien que le lecteur puisse cerner le plan de l'élève, cela contribue peu à sa stratégie argumentative.

- **Ton et engagement de l'auteur dans son texte**

Points forts
- L'élève emploie un ton plutôt catégorique; son intention de communication est évidente.

- L'élève se sert des commentaires accompagnés du pronom « je » afin de personnaliser son texte.

- Tout au long de son texte, l'élève maintient son engagement par rapport aux effets néfastes des médias.

Points à améliorer
- La nature déductive du premier aspect et la nature inductive du troisième suggèrent un ton explicatif. Dans ce cas, l'élève aurait dû incorporer des statistiques afin de soutenir le ton.

- L'élève aurait dû se servir davantage de phrases emphatiques afin de soutenir l'usage du vocabulaire péjoratif, donc de confirmer son engagement.

- **Manifestation du souci de convaincre le destinataire**
  La manifestation du souci de convaincre le destinataire se fait surtout grâce à l'usage de divers moyens langagiers tels que l'utilisation de marques énonciatives, de pronoms et de déterminants possessifs.

Points forts
- L'interpellation dans le sujet amené incite immédiatement le lecteur à réfléchir sur la problématique.

- À plusieurs reprises, l'élève se sert du pronom « je » pour partager ses observations personnelles avec le lecteur. Cette touche personnelle renforce les explications de l'élève.

- L'élève se sert du pronom « nous » et du déterminant possessif « notre » afin de s'inclure comme victime des effets néfastes des médias. Il emploie également le déterminant possessif « leur » (par exemple, au § 2 : « leur prise sur la société », « leurs prix sont très élevés ») dans le but de démarquer les deux camps : les médias et le public.

Point à améliorer
- À quelques reprises, l'élève emploie le pronom « on », ce qui suggère une exclusion face aux « effets néfastes » des médias. Cela va à l'encontre de l'usage du pronom « nous » dans d'autres parties du texte argumentatif.

- **Moyens langagiers – les marques de modalité**

  a) des auxiliaires de modalité suivis d'un infinitif

  Point fort
  - En utilisant les verbes « falloir » et « vouloir » suivi de l'infinitif dans la conclusion, l'élève insiste sur ce qui est souhaitable.

  Point à améliorer
  - Afin de rendre son texte plus convaincant, l'élève aurait dû se servir davantage des auxiliaires de modalité comme devoir, falloir et pouvoir tout au long de son texte au lieu d'attendre à la conclusion pour le faire.

  b) certains verbes de perception ou d'opinion

  ex. : « Si on voit un montant immense d'annonces… la société d'aujourd'hui? » (§ 1)
  « Ces nouvelles que nous écoutons, lisons et voyons maintenant… » (§ 3)
  « Quand je voit un reportage des affaires… » (§ 3)
  « Je pense qu'il faut faire quelquechose… » (§ 5)

  Points à améliorer
  - Bien que l'énumération des verbes *écouter*, *lire* et *voir* soit efficace, l'élève aurait pu se servir d'autres expressions de perception, étant donné qu'il se sert à plusieurs reprises des commentaires et des exemples de son vécu. De plus, l'usage du verbe d'opinion dans sa conclusion affaiblit l'efficacité de son point de vue. Comme l'élève déclare « Je pense qu'il faut faire quelquechose » (§ 5), le lecteur est moins convaincu de la prise de position de l'élève. L'élève aurait dû dire « Il faut faire quelque chose à propos de… ».

  c) la variété des phrases (phrases exclamatives, interrogatives, impératives, emphatiques, impersonnelles, etc.)

  Point à améliorer
  - Plusieurs affirmations de l'élève suggèrent un ton catégorique, voire emphatique, grâce au choix de verbes, à l'usage de la négation et à l'emploi de certains adjectifs. Malgré cette force, la variété des phrases demeure limitée. L'élève aurait dû ajouter des phrases exclamatives et interrogatives afin de maintenir l'intérêt du lecteur en l'incitant à réfléchir aux propos présentés.

d) certains temps et modes verbaux (emploi des phrases conditionnelles, ainsi que du futur simple)

les phrases conditionnelles

ex. : « Si on voit un montant immense d'annonces publicitaires à chaque journée, pensez-vous que… » (§ 1)

Point à améliorer

– Étant donné le contenu de ce texte argumentatif, l'élève aurait dû exploiter l'usage du « si » conditionnel afin de renforcer son intention de communication. Il est vrai par contre que l'élève se serve bien du futur simple (§ 2) dans le but de souligner ce qui ne pourra pas être atteint. (ex. : « … la population génerale ne sera jamais être capable d'atteindre leur niveau de « beauté » et « … mais ça ne va jamais arriver. »)

e) des groupes prépositionnels ou adverbiaux exprimant une probabilité ou une appréciation
ex. : « … le nombre est tellement grand. », « l'influence des médias est trop grand dans la société… » et « … les médias ont trop d'influence… » (§ 1)

Point à améliorer

– L'élève se sert des groupes prépositionnels ou adverbiaux de façon très limitée. L'élève a par contre bien utilisé des adjectifs qualificatifs afin de maintenir son ton catégorique.

f) la variété du vocabulaire

Points forts

– L'engagement de l'élève est évident grâce à l'emploi d'un vocabulaire péjoratif. L'élève se sert de ce vocabulaire péjoratif afin de montrer les effets néfastes des médias. En employant cette stratégie, l'élève réussit à communiquer son point de vue.

ex. : « … une industrie de la mode manipulative, […] remplies d'histoires effrayantes et […] la télévision violente, … » (§ 1-le sujet divisé)

« des effets néfastes », « une problème massive » (§ 2)

« la peur et la haine », « contrôle de nos têtes » et « donnent des biais culturels » (§ 3)

« multitudes d'actes violents » (§ 4)

« vulnérabilités », « insécurité » et « l'agression » (§ 5)

– Malgré quelques lapsus par rapport au vocabulaire (ex. : « manipulative » (§ 1) et l'emploi du mot « subjectives » au lieu de « objectives » (§ 3)), le vocabulaire est concis et convenable pour la situation de communication.

g) des figures de style

Point fort

– La présence de certaines figures de style rehausse la qualité du texte.

i) la métaphore

ex. : « … leur prise sur la société est tellement forte… » (§ 2)
« ce boîte magique » (§ 4)

ii) la personnification

ex. : « … une industrie de la mode manipulative… » (§ 1)
« … l'industrie de la mode prend contrôle de notre corps et notre argent. » (§ 2)
« C'est les nouvelles qui prennent contrôle de nos têtes… » (§ 3)
« C'est la télévision qui gouverne comment on se comporte. » (§ 4)

iii) l'énumération

ex. : « une industrie de la mode manipulative, des sources de nouvelles remplies d'histoires effrayantes et un monde dépendant de la télévision violente. » (§ 1)
« Ces nouvelles que nous écoutons, lisons et voyons… » (§ 3)

iv) la répétition

ex. : « … on achetera leurs vêtements encore et encore… » (§ 2)
« … notre insécurité de soi […] notre insécurité des autres… » (§ 5)

COHÉRENCE DU TEXTE : NIVEAU DE PERFORMANCE 3

Points forts

– La cohérence du texte est présente et, dans l'ensemble, sous-tend l'argumentation.

– Le champ lexical relié aux effets néfastes des médias véhicule le message et s'agence avec cohérence. Grâce au vocabulaire péjoratif utilisé, l'élève a démontré une constance dans son point de vue, c'est-à-dire une absence de contradictions et de digressions. Il suit un plan bien établi dans son argumentation : point de vue, explication, référence, illustration, argument/conclusion. De plus, l'élève emploie bien des substituts lexicaux pour éviter la répétition et pour enchaîner des idées (par exemple, au § 3 : « la télévision », « ça » et « ce boite magique »).

Points à améliorer

– Le choix de nombreux marqueurs de relation et d'organisateurs textuels encadre l'enchaînement d'un paragraphe à l'autre, mais la progression des idées et de l'information à l'intérieur de chacun des paragraphes témoigne des transitions décousues. Par exemple, les transitions entre les références et les illustrations ou les explications sont souvent boiteuses. Parfois, les références sont énumérées dans le texte sans explication détaillée. Cela brise la fluidité des idées présentées et force le lecteur à interpréter les intentions de l'élève.

ex. : l'emploi des marqueurs de relation : « mais », « ainsi », « alors » et « parce que » (§ 2); « par exemple » (§ 3).

ex. : l'emploi d'organisateurs textuels : « Pour commencer » (§ 2), « En deuxième lieu », « Même ici en Amérique du Nord » (§ 3), « En dernier lieu », « Personnellement » (§ 4), « En conclusion » (§ 5).

Conclusion : Niveau de performance 4

Point fort

- La conclusion contribue à l'unité du texte grâce à la touche personnelle de l'élève, notamment l'ironie présentée dans sa recommandation. L'élève rappelle son point de vue, présente une synthèse de l'argumentation et manipule le lecteur par sa réponse clichée, soit le désir de la part de la société de régler le problème, malgré le fait qu'elle est trop emballée par les médias pour pouvoir le résoudre.

Points à améliorer

- L'élève aurait dû se servir d'un appel direct à l'actualité ou d'un témoignage personnel afin de rendre l'amorce de la conclusion plus intéressante.

- L'usage du verbe « penser » quand l'élève rappelle au lecteur son point de vue réflète une certaine indécision par rapport à sa prise de position.
  ex. : « En conclusion, je pense qu'il faut faire quelquechose… »

Règles de la langue : Niveau de performance 4

Points forts

- Le texte dénote une bonne connaissance des règles de la langue; les erreurs sont mineures et n'affectent pas la qualité générale du texte.

- La construction de la plupart des phrases témoigne d'une assez bonne maîtrise des règles de la langue. Les temps verbaux et les formes verbales sont généralement corrects.

Points à améliorer

- Le texte témoigne de quelques interférences langagières :

  ex. : « … on peut prendre compte de cela… » (§ 1)
  « … de la mode manipulative… » (§ 1)
  « Cette industrie est remplie de modèles minces… » (§ 2)
  « … ils nous instille avec la peur… » (§ 3)
- Il y a parfois des fautes d'accord entre le nom et l'adjectif ou le sujet et le verbe :

  ex. : « … l'influence des médias est trop grand… » (§ 1)
  « … une problème massive. » (§ 2)
  « … tout dominé par quelque compagnies… » (§ 3)
  « Quand je voit… » (§ 3)
  « C'est les nouvelles qui… » (§ 3)
  « … aux problèmes déjà rélévées dans ce texte… » (§ 4)

Commentaire

En tenant compte de la valeur des quatre critères de production (75 % accordé aux éléments reliés à l'organisation, au contenu et au style et 25 % aux règles de la langue) et étant donné les chevauchements entre les niveaux 3 et 4, la cote trois fort (3+) a été attribuée à ce texte.

Deuxième texte argumentatif

Tâche choisie : *Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle?*

INTRODUCTION

sujet amené incluant une référence au texte (citation)

1 *"L'enfant américain type passe 27 heures par semaine devant la télé..." (La télévision qui tue, 20). Trois heures par jour...*

sujet posé

pensez-vous que la télévision influent les enfants? La question est :

point de vue

Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle? La réponse est oui, oui, oui!

sujet divisé

Regardons-nous trois valeurs que les médias contruisent maintenant, la richesse, la beauté et l'égoïsme.

DÉVELOPPEMENT

1er ASPECT

affirmation

2 *N'importe où nous regardons il y a un nouveau produit à acheter, un nouveau plein de banc pour joindre et des belles voitures. Nous sommes devenus un société qui veut plus et plus.*

point de vue

Les médias fournissent tout pour nous, les produits et aussi les models rôles.

argument

"Les classes pauvres, qui constituent 13% de la population, sont à peu près invisibles à la télévision, ne comptant que pour 1,3% des personnages." (La télévision qui tue, 24).

explication à partir d'une référence au texte (citation)

D'après cette statistique, la plupart du temps les personnages que nous admirons et aimons ne manque pas de l'argent. Hier soir je regardais l'émission CSI, au sujet d'investigation de meutre, avec mes soeurs. La plus agée, 26 ans, disait qu'elle aime les personnages principaux parce qu'ils sont chic, intéligents, beaux et doucereux. Elle est une femme d'affaires qui veut acheter tous les nouveaux vêtements, être consciente de tout qui se passe. Elle est pris dans les mains de la média. L'émission "Ally Mcbeal" a été une de ses préferés. La femme principale était un avocat, une femme d'affaires.

exemple (vécu de l'élève)

2e ASPECT

exemple (vécu de l'élève)

3 *Chaque fois que je vais pour retrouver mes e-mails, je vois, sur l'intérnet, les publicités pour "WeightWatchers", les publicités pour*

point de vue

argument

explication incluant une référence externe

exemple (vécu de l'élève) incluant une référence indirecte

l'amour sur l'internet et les histoires des célébrités. L'internet est rempli de publication sur les façons de ressembler les célébrités. L'image physique n'est pas seulement publier l'internet mais aussi sur le télévision, les journaux, dans les films et les revues. Même dans Winnipeg il y avait, cette semaine , une "anti-aging" démonstration. C'était publié dans le "Free Press". Le nord-amerique veut être beau, mince et en bonne santé. Est-qu'on est? Nous payons pour perdre le poids alors pour sûr les médias vouleraient le mouvement de bonne santé. Dans tous, on presque tous les publicités, les personnes sont belles et parfaits, ils compte un très petite pourcentage de notre population. Alors pourquoi est-ce qu'on s'efforce de les ressembler? Les médias nous disent que c'est posible et important. Regardez dans les revues ou à "Baywatch" qui est l'émission la plus regarder au monde. ("Télévision qui tue", 40). Après visionné une émission on film avec les belles filles, je me sens laide, grosse et je veux acheter un produit pour m'aider les ressembler.

3e ASPECT

point de vue

argument

illustration

référence au texte (citation)

conclusion du 3e aspect

4 *Une des plus grosse et mauvaise valeur que les médias contruisent maintenant est l'égoïsme. L'insatisfaction, les divorces, les abortions, le vouloir de choses nouveaux, les attitudes de les nord-americains, tout nous dirigent a la égoisme. Rappelez-vous de la slogan "Because I'm worth it" par 'Oil of Olé'. Les médias mettent l'emphase sur vous. Prend soin de vous-même puis les autres. Vous méritez une nouvelle voiture. Vous méritez un dîner hors de la maison chaque semaine. Vous méritez de vivez vos rêve n'importe quoi. Aeroplan dit, "Votre rêve vous attend. Vivez-le maintenant. "Pendant qu'on vie notre rêve et pour nous même et on achete ce-qu'on veut, il y a des millions qui meurtent de la faim.*

CONCLUSION

rappel du point de vue et résumé de l'argumentation

référence au texte (citation)/ ouverture

5 *Les médias vont continuer de construire des valeurs de notre société si on n'arrête pas de croire que avoir les richesses et être belle et que l'égoïsme sont les valeurs fondamentaux. On doit dire ce que Michel Rivard dit dans sa chanson, 'Marchand de bonheur', "Le Marchand de bonheur je vous croirai, plus je vous connais par coeur."*

Analyse du deuxième texte

Cote finale : 3

Énoncé général – *Le texte est acceptable.*

Introduction : Niveau de performance 3

Point fort

- L'introduction comprend et les composantes exigées et la composante facultative, c'est-à-dire le sujet divisé.

Points à améliorer

- Bien que le sujet divisé oriente la suite du texte et que la répétition du point de vue de l'élève « oui, oui, oui » témoigne de son engagement, les composantes sont présentées de manière mécanique, ce qui éveille peu l'intérêt du lecteur. De plus, la question du sujet amené reflète la deuxième tâche tandis que la question du sujet posé miroite la première, ce qui peut mener à la confusion.

Développement de l'argumentation

THÈSE ET ASPECTS PRÉSENTÉS : NIVEAU DE PERFORMANCE 4

Point fort

- La thèse et les aspects présentés témoignent d'une certaine réflexion, c'est-à-dire que l'élève semble vouloir développer son troisième aspect (psychologique) à partir des informations présentées dans les deux premiers aspects (économique et physique).

Point à améliorer

- L'élève aurait dû être plus explicite par rapport à ses conclusions pour chacun des deux premiers aspects.

ARGUMENTS : NIVEAU DE PERFORMANCE 3

Points forts

- Les trois arguments sont convenables et ils sont appuyés par des références adéquates. Le premier argument fait appel à la raison et incorpore un fait tiré d'un texte. Les deuxième et troisième arguments font appel à l'émotion, et ce, à partir d'un recours à des exemples particuliers pour appuyer des affirmations.

- L'élève se sert de références tirées des textes fournis ainsi que des références externes pour appuyer ses arguments.

Points à améliorer

- Même si les références sont adéquates, elles ne sont pas toujours bien intégrées dans le texte de l'élève. Cela amoindrit l'impact de l'argumentation. Par exemple, l'explication hâtive de la référence du premier aspect ne permet pas au lecteur de saisir catégoriquement l'association qui existe entre l'affirmation, le point de vue, l'explication et l'illustration. De plus, le lecteur pourrait aussi douter de la pertinence de la citation affichée à la fin de la conclusion.

- Bien que l'ajout des expériences personnelles soit un outil approprié de la stratégie argumentative, l'élève aurait dû s'en servir de façon équilibrée. La surexploitation d'un tel outil dans le but de soutenir son argumentation aurait dû être évitée.

STRATÉGIE ARGUMENTATIVE : NIVEAU DE PERFORMANCE 4

- **Procédés argumentatifs utilisés**

Point fort

- La démonstration argumentative est le procédé dominant de ce texte. L'élève souhaite établir des liens étroits entre ses points de vue, ses affirmations et les exemples de son vécu, dans le but de démontrer l'impact des médias sur chacun des membres de la société.

- **Progression des arguments**

Points forts

- Le plan utilisé est l'accumulation d'arguments.

- L'élève étaye son argumentation en démontrant le pouvoir des médias à inciter le désir d'être riche, à créer des perceptions de beauté et à promouvoir l'égoïsme.

- **Ton et engagement de l'auteur dans son texte**

Points forts

- Un ton engagé est mis en évidence et le texte démontre une intention de communication évidente grâce aux efforts de l'élève de concilier ses points de vue avec ses expériences vécues. Le point de vue, l'argument et l'exemple du vécu de l'élève relativement aux premier et deuxième aspects témoignent de ce ton engagé (§ 2 et 3).

- Le point de vue, l'argument et la conclusion du 3^{e} aspect témoignent d'un ton moralisateur. Ce ton exploité en 3^{e} lieu rehausse la qualité de son argumentation. L'élève a choisi de présenter ce ton en dernier lieu afin d'avoir un impact plus prononcé sur le lecteur et le pousser ainsi à la réflexion.

- **Manifestation du souci de convaincre le destinataire**
  La manifestation du souci de convaincre le destinataire se fait surtout grâce à l'usage de divers moyens langagiers tels que l'utilisation de marques énonciatives, de pronoms et de déterminants possessifs.

Point fort

- À plusieurs reprises, l'élève interpelle le lecteur en se servant soit de l'impératif, soit des questions rhétoriques :
  ex. : « … pensez-vous que la télévision influent les enfants? » (§ 1)
  « … Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle? »
  (§ 1 – le sujet posé)
  « Regardons-nous trois valeurs… » (§ 1)

  ex. : « Est-ce qu'on est? » (§ 3)
  « Alors pourquoi est-ce qu'on s'efforce de les ressembler? » (§ 3)
  « Rappelez-vous de la slogan… » (§ 4)

Point à améliorer

- Bien que l'élève maintienne une cohérence par rapport à l'usage des pronoms « nous » et « je » afin de démontrer de façon inclusive l'impact des valeurs promues par les médias, l'élève se sert des pronoms « vous » et « on » avec les mêmes intentions, ce qui sème de la confusion vis-à-vis de l'inclusion ou de l'exclusion de l'auteur.

- **Moyens langagiers – les marques de modalités**

  a) des auxiliaires de modalité suivis d'un infinitif
  ex. : « On doit dire… » (§ 5)

  Point à améliorer

  - En utilisant le verbe « devoir » au présent suivi de l'infinitif, l'élève souligne ce qui est exigé. Étant donné le procédé argumentatif adopté par l'élève, elle aurait dû exploiter davantage cet outil. En guise de conclusion, elle aurait pu s'en servir pour réitérer son point de vue dans les premier et deuxième aspects. Ses illustrations présentées à la fin de ces aspects ne concluent pas de façon convaincante ses arguments.

  b) la variété des phrases (phrases exclamatives, interrogatives, impératives, emphatiques, impersonnelles, etc.)

  Point fort

  - L'élève intègre bien des phrases interrogatives et impératives dans son texte.
    ex. : « … pensez-vous que la télévision influent les enfants? » (§ 1)
    « … Les médias construisent-ils les valeurs de la société actuelle? » (§ 1 – le sujet posé)
    « Est-ce qu'on est? » (§ 3)
    « Alors pourquoi est-ce qu'on s'efforce de les ressembler? » (§ 3)

    ex. : « Regardons-nous trois valeurs… » (§ 1)
    « Rappelez-vous de la slogan… » (§ 4)

Points à améliorer

- L'élève aurait eu un impact plus prononcé sur le lecteur en créant plus de phrases emphatiques, exclamatives et impersonnelles pour varier son approche argumentative.

c) certains temps et modes verbaux (emploi des phrases conditionnelles, ainsi que du futur simple)

i) la phrase conditionnelle

ex. : « Les médias vont continuer de construire des valeurs de notre société si on n'arrête pas de croire que avoir les valeurs fondamentaux » (§ 5).

d) des groupes prépositionnels ou adverbiaux exprimant une probabilité ou une appréciation

e) certains verbes de perception ou d'opinion

Points à améliorer

- La phrase conditionnelle est peu utilisée; l'élève se sert d'une phrase conditionnelle dans sa conclusion afin d'évoquer la peur.

- L'élève aurait pu incorporer des groupes prépositionnels ou adverbiaux exprimant une probabilité (bien sûr, certainement) ou une appréciation (tristement, malheureusement) ainsi que certains verbes de perception ou d'opinion.

COHÉRENCE DU TEXTE : NIVEAU DE PERFORMANCE 3

Points forts

- L'élève maintient le fil conducteur – les valeurs qui naissent des médias – du début jusqu'à la fin du texte argumentatif.

- L'élève se sert d'un vocabulaire mélioratif pour souligner les critères imposés par les médias.
  ex. : « … les personnages que nous admirons et aimons… »,
  « … ils sont chic, intéligents, beaux et doucereux. » (§ 2) et
  « … beau, mince et en bonne santé. », « … belles et parfaits… » (§ 3)

  Par contre, le vocabulaire péjoratif met en évidence l'impact de ces critères sur chacun des membres de la société.
  ex. : « … je me sens laide, grosse… » (§ 3)
  « L'insatisfaction, les divorces, les abortions, le vouloir des choses nouveaux, […] nous dirigent a la égoisme. » (§ 4)

Points à améliorer

- L'emploi de marqueurs de relation et d'organisateurs textuels aurait amélioré l'agencement des idées.

- Bien que l'élève adopte les éléments d'un format propice à un texte argumentatif (affirmation, argument, explication, illustration, point de vue et parfois une conclusion), les transitions entre les références et les explications/les illustrations sont souvent boiteuses.

- Les exemples du vécu de l'élève présentés aux § 2 et 3 ne réussissent pas à boucler l'idée principale de chacun d'eux. L'élève aurait dû ajouter une phrase conclusive pour concilier tout ce qui était présenté dans le paragraphe avant de poursuivre le prochain aspect.

Conclusion : Niveau de performance 3

Points à améliorer

- La conclusion est présentée de manière mécanique. Au lieu de faire une synthèse de l'argumentation, l'élève répète plutôt le sujet divisé.

- L'ouverture et le choix de la référence suggèrent que l'élève, comme Rivard, n'est pas dupe des valeurs inacceptables imposées par les médias. Cependant, le lecteur ne saisit pas explicitement l'intention de l'auteur à cause de la transition saccadée.

Règles de la langue : Niveau de performance 2

Points à améliorer

- Le texte dénote une connaissance limitée des règles de la langue; les erreurs sont nombreuses et parfois majeures, à tel point qu'elles constituent une source de distraction.

Commentaire :

Malgré les difficultés grammaticales, il faut reconnaître les forces dans l'étayage de la thèse et des aspects présentés et dans la stratégie argumentative.

Commentaire

En tenant compte de la valeur des quatre critères de production (75 % attribué aux éléments reliés à l'organisation, au contenu et au style et 25 % aux règles de la langue) et étant donné les chevauchements entre les niveaux 2, 3 et 4, la cote trois (3) a été attribuée à ce texte.

Troisième texte argumentatif

Tâche choisie : *Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?*

INTRODUCTION

sujet amené

sujet posé

point de vue mitigé

sujet divisé

1 *Le média a grandi beaucoup sur les quelques dérniéres années. Partout que vous voir, il y a un type de média, les images, la musique, les films etc. Le média est maintenant un partie de notres vies. Mais, est-ce que trop de notre vies? Est-ce que les médias influence notre sociéte plus? Beaucoup des personnes pense oui (presque toutes les autres dans le recueil de textes), et il y a des autres personnes qui pense non. Je suis d'accord avec les deux. Il y a des certaines âges qui sont plus influencé que les autres (plus ou moins les enfants 12 et sous). Aussi, il y a des certaines types de média qu'influence notre societé. Les grandes aspects qu'influence notre sociéte le plus sont : les images et les affiches publicitaires, les célébrités, et le télévision, les films et la musique.*

DÉVELOPPEMENT 1er ASPECT

argument

opinion

explication appuyée d'un exemple

référence au texte (indirecte)

2 *Les images et affiches publicitaire influence tout le monde, mais ça juste dépend quoi étez vendu et qui le produit est être destiné vers. Dans mon avis, je pense que les femmes sont plus influence que les hommes, parce-que il y a plus des choses sont ciblé à les femmes. Tous les imagés être destiné à les femme utilisé les très belles femmes que baissé les personnes estime de soi, alors plus des femmes sont influencé et acheté quoi est être vendue. Pour exemple : quand les compagnies vend les pilule de régime, il y a des trés belles femmes avec les plus bon corps. Alors les autres femmes veulent ça et achété le produit. Aussi, avec l'affiche publicitaire "d'Aeroplan", les personnes voir les couleurs et le couple, et il pense qu'il veulent quoi le couple a et veulent a être où ils sont. C'est les petits choses que nous voir dans ces images et*

déduction et opinion

affiches publicitaires que prend nos attention et fait vous a achété le produit. C'est un grand influence dans notres vies.

2e ASPECT

affirmation

argument

explication incluant des exemples (vécu de l'élève)

affirmation/ conclusion du 2e aspect

3 *Les célébrités sont aussi un grand influence dans notre société. Pas nécessairement dans les vies de toute le monde, mais dans les vies d'enfants et adolescents le plus. Les enfants beaucoup admiré les personnes fameux comme : Britney Spears, Hilary Duff, Beyoncé, Jessica Simpson Avril Lavigne etc. Ces personnes sont les modélés pour les jeunes filles. (particulérment) Ils veulent à être exactement commes les célébrités. À la concert de Hilary Duff (le 10 janvier), il y a des trés petits filles, environ 8 ans et moins que ça, qui regard presque exactement comme elle, elles sont les petits "Hilary Duff look-alikes." Maintenant, les jeunes filles sont portes les vêtements comme Britney Spears ou Beyoncé, ou Christina Auguilera. Les enfants semblent comme toutes ces personnes. Pour exemple : elles porte beaucoup de maquillage à un âge très jeune, et aussi il y a beauoup des jeunes filles qui sont teinture le cheveux, et les choses comme ça. Les célébrités faites un grand influence sur les enfants, pour beaucoup des personnes, parce-que nous voir ils chaque jour de notre vie et toute le monde veulent quoi ils a.*

3e ASPECT

affirmation

explication incluant un exemple

opinions face à un énoncé du texte

4 *Derniérement, la télévision, les films et la musique à un grand influence dans notre sociéte encore. Il y a beaucoup de violence et sexe dans les émissions maintenant. Même avec les émissions de déssin, il y a le violence et quelques fois le sexe aussi. Mais, je pense pas que ces chose influence le violence avec les adultes ou adolescents comme il dit dans "La télévision qui tue" (paragraphe 20.) Je pense que ça c'est leur décision et pas l'influence de la télévision. Mais, avec les enfants, ils*

référence

référence

explication incluant une référence indirecte

affirmation

explication incluant des exemples (vécu de l'élève)

affirmation/ conclusion du 3e aspect

fait quoi ils voir. Quelque soit les enfants trouve intéressant, ils fait. Il aussi dit dans "La télévision qui tue" (paragraphe 8) que, les enfants de 4 ans qui regard "Woody Woodpecker" sont plus probable de frappé leurs amies). Aussi, dans la même article, en paragraphe, il dit "qu'un adolescent de 15 ans, tua d'un coup de feu sa voisine de 82 ans." Aussi, à ajouté l'advocat d'il, dit que c'est « intoxication télévisuelle. » C'est le même avec les films. Les films aujourd'hui sont plus violent, et a plus de sexe, ou ils sont plus de peur. Dans l'histoire de "Mister Joe", il était très peur, pour un longetemps, de juste un film qu'il voir. La musique a un grand influence aussi. Particulierement dans la musique de rap. Ma cousine prend la soin d'un famille, et la jeune fille qui est 4 ans était écoute Eminem "Loose Yourself" et elle était chanté et dancé avec cette chanson. Beaucoup des jeunes personnes écouté la musique de "rap" et connaît les mots et "rap" avec le chanson. Il y a aussi les chansons de "pop" que les jeunes personnes écouté et chanté avec. Pour exemple : "I'm a slave 4 U" Britney Spears, "I wanna be bad" Willa Ford, "Dirrty" Christina Auguilera etc. Les chansons dit les choses mal pour les enfants a connaît. Alors, l'industrie de musique et télévision sont un grand influence dans notre société maintenant. Particulerment, depuis cette industrie est grandi très vite.

CONCLUSION

rappel du point de vue

résumé de l'argumentation

opinion

5 *En conclusion, les médias sont un influence dans notre société aujourd'hui. Mais, je pense que c'est plus être destinées à les enfants et adolescents, plus que les adultes, probablement parce-qu'ils sont plus naïf que les adultes. Les célébrités sont plus d'un influence que les images et la télévision maintenant. Mais, aussi vous voir les célébrités sur les images / affiches publicitaires, et la télévision. J'aussi pense que la plupart des personnes fait les décisions leur-même et sont pas influence par le media. Mais, il aussi juste depend sur le personne. Le média est un très grande industrie, et c'est fait un grande impacte sur le monde.*

Analyse du troisième texte

Cote finale : 2

Énoncé général – *Le texte est simple ou inégal.*

Introduction : Niveau de performance 3

Points forts

- L'introduction oriente de manière générale la suite du texte.

- L'élève a réussi à établir son plan avec toutes les composantes d'une introduction (sujet amené, sujet posé, opinion et sujet divisé).

- L'élève essaie de capter l'attention du lecteur en posant des questions rhétoriques.

Points à améliorer

- L'élève pose deux différentes questions rhétoriques et présente une opinion mitigée selon certaines variables : le sexe et l'âge du public cible et la forme de médias. Cela sème de la confusion par rapport à sa prise de position ainsi qu'à l'approche de son argumentation. Il aurait pu préciser davantage son point de vue en ciblant une composante de la société et non plusieurs, ce qui aurait facilité la compréhension de son argumentation.

- L'élève aurait dû se servir des marqueurs de point de vue dans le but de mieux prononcer son point de vue; l'opinion affichée est moins forte.

Développement de l'argumentation

THÈSE ET ASPECTS PRÉSENTÉS : NIVEAU DE PERFORMANCE 2

Points à améliorer

- Le point de vue est difficile à cerner étant donné que l'élève présente trop de scénarios et s'égare. Il y a parfois des divergences d'opinions dans son argumentation.

- Les aspects sont vagues et incomplets, ce qui les rend difficiles à cerner. L'influence des médias est divisée en plusieurs volets : les images et affiches publicitaires, les célébrités et la télévision, les films et la musique. Le deuxième aspect présenté n'est pas pertinent par rapport à la tâche choisie (Les médias ont-ils trop d'influence dans la société d'aujourd'hui?)

Commentaire :

Ce texte doit être relu à plusieurs reprises afin de saisir l'intention de communication de l'élève.

ARGUMENTS : NIVEAU DE PERFORMANCE 2

Arguments – Points à améliorer et commentaires

- Bien que l'élève tente de faire appel à la raison et de recourir à plusieurs exemples particuliers pour appuyer une affirmation générale, ses arguments sont superficiels et répétitifs. De plus, l'élève ne réussit pas à afficher son argument du troisième aspect.

- Étant donné la non-pertinence du 2^{e} aspect et l'absence de l'argument dans le 3^{e} aspect, l'élève ne présente qu'un argument. Il aurait dû étayer trois arguments distincts afin d'appuyer sa prise de position mitigée.

Références – Point à améliorer

- Les références utilisées pour appuyer les arguments sont insuffisantes et souvent inappropriées. L'élève se base beaucoup trop sur ses propres expériences et témoignages, ce qui rend son texte moins convaincant. Même si l'élève a fait référence à trois documents différents, les références sont souvent mal intégrées et ne soutiennent pas l'argumentation de l'élève.

STRATÉGIE ARGUMENTATIVE : NIVEAU DE PERFORMANCE 2

- **Procédés argumentatifs utilisés**

Point à améliorer et commentaires

- L'élève suit tant bien que mal la démonstration argumentative comme procédé argumentatif. L'élève tente de se servir d'un raisonnement déductif afin de confirmer la vérité de certaines prémisses, mais ses déductions/affirmations ne sont souvent que des sophismes faisant appel à des généralisations hâtives.

  ex. : « Tous les images être destiné à les femme utilisé les très belles femmes que baissé les personnes estime de soi... » (§ 2)
  « Ils veulent être exactement comme les célébrités. » (§ 3)
  « Quelque soit les enfants trouve intéressant, ils fait. » (§ 4)

- **Progression entre les arguments**

Points à améliorer et commentaires

- L'élève essaie d'étayer ses idées selon le plan analytique (causes, conséquences, solutions), ce qui est à peine perceptible dans le développement de l'argumentation. L'élève présente les causes et conséquences de diverses formes de médias que subit le public. Il essaie alors de démontrer l'influence des images et des affiches publicitaires sur les femmes (§ 2), des vedettes sur les adolescents (§ 3) et de la télévision, des films et de la musique sur la société (§ 4). Cependant, l'élève néglige de proposer des solutions aux points soulevés dans son argumentation.

- **Ton et engagement de l'auteur dans son texte**

Point à améliorer

– Le texte s'inspire d'un ton explicatif :

ex. « … les femmes sont plus influence que les hommes, parce-que il y a plus des choses sont ciblé à les femmes… » (§ 1)
« … quand les compagnie vend les pilule de régime, il y a des très belles femmes avec les plus bon corps. » (§ 2)
« Les enfants beaucoup admiré les personnes fameux… » (§ 3)
« Il y a beaucoup de violence et sexe dans les émissions maintenant. » (§ 4)

Commentaires :

L'élève ne réussit pas à mettre ce ton en évidence puisqu'il ne cède pas la place au développement de son explication appuyée de références. Le texte est dominé par des exemples de son vécu (§ 3) ou par des références aux textes énumérées sans explication ou sans lien explicite à la rédaction (§ 4).

- **Manifestation du souci de convaincre le destinataire**
  La manifestation du souci de convaincre le destinataire se fait surtout grâce à l'usage de divers moyens langagiers tels que l'utilisation de marques énonciatives, de pronoms et de déterminants possessifs.

Points forts et commentaires

– En se servant du pronom « nous », l'élève avoue subir l'influence des médias au long de son texte. De plus, l'élève emploie souvent le pronom « je » afin de se rapprocher du lecteur.

– L'élève se sert de déterminants possessifs (notre, nos, mon, ma) qui complètent son choix de pronoms.

Points à améliorer et commentaires

– Il semble y avoir une certaine confusion chez l'élève par rapport au choix du pronom « vous ». À cause de son emploi des pronoms « vous », « nous » et « je », l'élève s'inclut et s'exclut du même contexte, ce qui est une source de confusion et rend son intention de communication nébuleuse.

– Le souci de convaincre le lecteur aurait pu être renforcé en incorporant dans le texte une variété de structures de phrases et des verbes de perception ou d'opinion. L'élève aurait eu un impact plus prononcé sur le lecteur en insérant des phrases exclamatives, impersonnelles (ex. : il faut que… , il est essentiel que…) ou des phrases conditionnelles dans son texte. En employant ces outils, il aurait réussi à interpeller le lecteur.

- **Moyens langagiers – les marques de modalité**

  a) des auxiliaires de modalité suivis d'un infinitif

  b) certains verbes de perception ou d'opinion
     ex. : « Je pense que... » (§ 2, 4 et 5)

  c) la variété de phrases (phrases exclamatives, interrogatives, impératives, emphatiques, impersonnelles, etc.)
     i) interrogatives
        ex. : « Mais, est-ce que trop de notre vies? » (§ 1)
        « Est-ce que les médias influence notre sociéte plus? » (§ 1)

     ii) elliptiques
        ex. : « Pas nécessairement dans les vies de toutes le monde, mais dans les vies d'enfants et adolescents le plus. » (§ 3)
        « Particulierement dans la musique de rap. » (§ 4)
        « Particulierement, depuis cette industrie est grandi très vite. » (§ 4)

  d) certains temps et modes verbaux

  e) des groupes prépositionnels ou adverbiaux exprimant une probabilité ou une appréciation

Points à améliorer et commentaires

– L'élève éprouve des difficultés à cause de nombreuses lacunes par rapport aux moyens langagiers. Il se limite presque uniquement à l'indicatif présent afin de rédiger son texte. Une variété de phrases et l'emploi d'auxiliaires de modalité suivis d'un infinitif auraient pu renforcer son argumentation. De plus, l'élève aurait pu explorer des solutions ou des possibilités en se servant du futur simple ou des phrases conditionnelles. Une présence de certains groupes prépositionnels ou adverbiaux tels que *malheureusement* et *heureusement* ou *de façon improbable* et *certainement* aurait aussi démontré les deux côtés de la médaille et aurait renforcé sa prise de position mitigée.

COHÉRENCE DU TEXTE : NIVEAU DE PERFORMANCE 2

Points à améliorer et commentaires

– L'élève se sert d'une façon quasi perceptible d'un vocabulaire péjoratif relatif aux influences des médias : « ciblé » (§ 2), « violence et sexe » (§ 4), « frapper » (§ 4), « naïf » (§ 5). Si l'élève avait pris l'occasion dans ce texte de proposer des solutions précises et importantes pour contrecarrer les causes et les conséquences des médias, il aurait pu aussi incorporer un vocabulaire mélioratif. En juxtaposant de façon plus prononcée un vocabulaire péjoratif et un vocabulaire mélioratif, l'élève aurait pu mieux soutenir sa position mitigée.

- Même si l'élève incorpore certains marqueurs de relation et organisateurs textuels, le texte dans son ensemble témoigne des faiblesses importantes par rapport à l'unité. Certaines transitions d'une phrase à l'autre et d'un paragraphe à l'autre exigent souvent une relecture attentive afin de comprendre le but de l'élève.

  ex. : l'emploi de marqueurs de relation : « Mais » (§ 2), « Quelque soit » (§ 2), « Aussi » (§ 2), « Alors » (§ 3), « Dernièrement » (§ 4), « En conclusion » (§ 5).

  ex. : l'emploi d'organisateurs textuels : « Partout que vous voir » (§ 1), « Dans mon avis » (§ 2), « Pour exemple » (§ 2), « Maintenant » (§ 3).

- De plus, il y a parfois des contradictions relativement aux opinions de l'élève. Par exemple, l'élève déclare au début du 2e paragraphe que « les femmes sont plus influence que les hommes, parce-que il y a plus des choses sont ciblé à les femmes » et que « C'est [les médias] un grand influence dans notres vies. » à la fin du paragraphe. Le premier énoncé suggère que les médias n'influencent que des femmes tandis que le deuxième suggère que tous les membres de la société le sont. Cela contredit aussi sa prise de position dans l'introduction : « Il y a des certaines âges qui sont plus influencé que les autres (plus ou moins les enfants 12 et sous). » L'élève affirme que l'agressivité « est leur décision et pas l'influence de la télévision » dans le 4e paragraphe tandis que son argumentation suggère le contraire : « Les films aujourd'hui sont plus violent [...] ils sont plus de peur », « La musique a un grand influence aussi », et « Les chansons dit les choses mal pour les enfants a connaît ».

Conclusion : Niveau de performance 2

Points à améliorer

- La conclusion est une répétition de plusieurs éléments du texte; elle rappelle le contenu du texte et les aspects choisis de l'élève. Cependant, l'opinion n'est pas claire et l'ouverture est absente.

- Étant donné que la nature d'un plan analytique exige des solutions valables, l'élève aurait pu y réfléchir davantage afin de terminer son argumentation avec des solutions dignes d'une telle problématique, ce qui aurait aidé le lecteur à approfondir la compréhension et l'appréciation du point de vue de l'auteur.

Règles de la langue : Niveau de performance 2

Points à améliorer

- Le texte dénote une connaissance limitée des règles de la langue; les erreurs sont nombreuses et parfois majeures à tel point qu'elles constituent une source de distraction. Les fautes de construction et de ponctuation des phrases, de formes verbales, d'orthographe grammaticale et d'usage, de genre et les interférences langagières posent au lecteur des problèmes de lecture et de compréhension.

Commentaire

La cote deux (2) a été attribuée à ce texte.